

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра экономики

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СНИЖЕНИЮ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ

Выпускная квалификационная работа

**студента очной (заочной) формы обучения
направления подготовки 38.03.01 «Экономика»,
профиль Экономика предприятий и организаций
4 курса группы 06001211
Неижмаковой Виталины Игоревны**

Научный руководитель
ст. пр. Рензеева И.Л.

БЕЛГОРОД 2016 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
1.1. Понятие и экономическое содержание себестоимости услуг на предприятии.....	7
1.2. Особенности формирования себестоимости электроэнергии.....	15
1.3. Методы планирования и управления себестоимости электроэнергии.....	20
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ПЕРВАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ»	
2.1. Организационно - экономическая характеристика предприятия.....	29
2.2. Оценка динамики и структуры себестоимости услуг АО «Первая сбытовая компания».....	44
2.3. Разработка мероприятий по снижению себестоимости услуг на предприятии АО «Первая сбытовая компания».....	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	74
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	81

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы исследования обуславливается тем, что процесс снижения издержек производства в условиях рыночных отношений приобретает особую важность для промышленных предприятий. Наряду с повышением качества продукции, снижение затрат на производство, во многом, определяет конкурентоспособность предприятия, устойчивость его финансового состояния, платежеспособность и кредитоспособность. В себестоимости как в обобщающем экономическом показателе находят свое отражение все стороны деятельности предприятия: уровень организации производства и труда; экономичность использования материальных и трудовых ресурсов и другие условия и факторы, характеризующие производственно-хозяйственную деятельность.

Задача снижения затрат и рационального использования электроэнергии всегда относилась к важнейшим проблемам. Электроэнергетика является одной из базовых отраслей тяжелой промышленности, которая призвана обеспечивать потребности в электрической и тепловой энергии. Существующие энергетические ресурсы ограничены, поэтому возросла потребность в проведении строгого и тщательного анализа обоснованности расходов, а также в изыскании путей, обеспечивающих наиболее эффективное использование энергоресурсов. Для этого необходимо определить, насколько точны нормы расходования электроэнергии при производстве продукции, сформировать обоснованный план потребления электроэнергии, определить, чем обусловлены отклонения запланированного потребления электроэнергии от фактического, и ответить на многие другие вопросы, которые возникают в процессе управления затратами.

Снижение себестоимости продукции (работ, услуг) является фактором повышения рентабельности, роста денежного накопления, достижения экономического эффекта и, следовательно, успеха предприятия. На средства экономии, получаемые путем снижения себестоимости, осуществляется

значительная часть затрат по расширению и совершенствованию производства. Каждое предприятие должно уделять повышенное внимание анализу и управлению себестоимости продукции, понимая роль этого показателя в оценке его деятельности.

В данной работе степень научной разработанности проблемы заключается в теоретических и практических аспектах себестоимости и процесса ее снижения. В этой группе можно назвать работы таких зарубежных и отечественных авторов как: Р. Стивенсон, С. А. Гусев, Н. Л. Зайцев, И. И. Веретенникова, В. М. Попов, В. Г. Ширококов, П. Фридман, С. А. Фролов, М. И. Чернов и др. Однако, несмотря на значительное количество публикаций, проблема остается проработанной не в полной мере.

В качестве объекта исследования выбрано предприятия АО «Первая сбытовая компания» - независимый поставщик электрической энергии в Белгородской области.

Предмет выпускной квалификационной работы – экономические отношения по снижению себестоимости услуг.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование теоретических и практических аспектов себестоимости услуг, проведение анализа себестоимости услуг, разработка и обоснование мероприятий, направленных на снижение себестоимости услуг.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть содержание понятия «себестоимость» и его значение для предприятия;
- рассмотреть принципы калькулирования себестоимости электроэнергии;
- изучить основы управления и планирования себестоимости на предприятии;
- дать характеристику организационно - экономическому состоянию предприятия АО «Первая сбытовая компания»;

- проанализировать финансово-хозяйственную деятельность предприятия АО «Первая сбытовая компания»;
- провести полный анализ себестоимости услуг АО «Первая сбытовая компания»;
- разработать мероприятия, направленные на снижение себестоимости услуг предприятия;
- определить инвестиционные затраты и экономическую эффективность предлагаемых мероприятий.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии методологии снижения себестоимости услуг, а также создании теоретической базы для решения вопросов, возникающих в ходе процесса снижения себестоимости услуг, основанной на исследованиях отечественных и зарубежных специалистов.

Практическая значимость работы состоит в разработке рекомендаций по повышению качества планирования закупки электроэнергии (мощности) АО «Первая сбытовая компания» в сфере энергоснабжения, что приведет к общему снижению себестоимости, повышению конкурентоспособности, развитию предприятия и расширению доли рынка.

Теоретической и методической основой послужили труды отечественных и зарубежных исследователей по проблеме снижения себестоимости продукции (работ, услуг). В ходе исследования применялись методы финансового анализа; приемы и инструменты математической статистики: сбор и группировка статистических данных, анализ рядов динамики, использования относительных и средних величин, сравнения, синтез данных. При расчете экономической эффективности мероприятий использовались динамические и статические методы. Расчет эффективности мероприятий осуществлялся с помощью следующих показателей: чистой современной стоимости, срока окупаемости, рентабельности инвестиций.

Информационную базу исследования составляют данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия, нормативно техническая документация, информация из периодической печати, монографии и учебники отечественных и зарубежных специалистов, интернет – ресурсы и другие источники.

Научная новизна выпускной квалификационной работы заключается в оптимизации процесса снижения себестоимости услуг на предприятии.

Выпускная квалификационная работа имеет следующую структуру оформления: введение; основная часть, состоящая из двух глав; заключение; список используемой литературы и приложения.

В настоящее время апробация, методические разработки, включающие результаты данной выпускной квалификационной работы, находятся на стадии внедрения на АО «Первая сбытовая компания».

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1. Понятие и экономическое содержание себестоимости услуг на предприятии

Себестоимость продукции, работ, услуг представляет собой один из важнейших обобщающих показателей деятельности организации, отражающий эффективность использования всей совокупности ресурсов, результатов инновационной деятельности в области техники, технологии, организации труда, производства и управления. Являясь основой ценообразования и конкурентоспособности продукции, себестоимость постоянно повышается в силу следующих причин: повышения цен на материальные ресурсы; заработной платы в связи с ростом минимальной базовой величины и тарифной ставки первого разряда; переоценки основных фондов и, в связи с этим, повышения амортизационных отчислений; переоценки оборотных средств в связи с инфляционными процессами и т.д. [48; с. 53]. Величина себестоимости оказывает влияние на конечные результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние.

В экономической литературе часто встречается определение, которое достаточно кратко и ясно выражает понятие себестоимости:

Себестоимость — это выраженные в стоимостной форме текущие затраты предприятия на производство и реализацию продукции (работ, услуг) [35; с. 4].

В Положении о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), утверждено постановлением Правительства РФ от 5 августа 1992г. № 552. В соответствии с положением, себестоимость определяется как стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, топлива, материалов, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на её производство и реализацию [3].

Для определения роли этого показателя в хозяйственном механизме нужно рассмотреть функции, выполняемые себестоимостью. Первая функция состоит в том, что она является основой простого воспроизводства, формой возмещения потребляемых средств производства и фонда распределения по труду. Аккумулируя в денежной форме текущие затраты предприятия на производство и сбыт продукции.

Второй функцией себестоимости является то, что она выступает денежной формой учета затрат на потребленные элементы производственного процесса.

Следующая функция себестоимости состоит в том, что она является основой ценообразования.

На предприятиях планируют и учитывают следующие показатели себестоимости:

- себестоимость единицы продукции (услуг);
- себестоимость произведённой, реализованной продукции;
- себестоимость сравнимой произведённой продукции (сравнимой продукцией считают ту, которая производилась в базисном периоде);
- затраты на один рубль произведённой продукции (определяются делением полной себестоимости товарной продукции на ее объем в стоимостном выражении) [21; с.12]. Данный показатель используется в практике для оценки эффективности текущих затрат.

Одной из предпосылок рациональной организации учета производственных затрат является экономически обоснованная их классификация.

Затраты на производство можно группировать по ряду признаков: экономическому содержанию и назначению, способу отнесения на себестоимость, их составу, по отношению к объему производства и др. На рисунке 1.1 приведена классификация затрат.



Рис. 1.1 – Классификация затрат на производство продукции

Источник: Составлено автором в соответствии с учетом специфики производства продукции, работ, услуг.

1) По отношению к технологии производства определяют основные и накладные затраты. К основным затратам относят затраты непосредственно связанные с процессом производства услуг, в частности, затраты сырья, основных материалов и комплектующих, топлива и энергии, заработную плату производственных рабочих и т.д.

Накладные затраты это расходы по управлению и обслуживанию производством – цеховые, общезаводские, внепроизводственные (коммерческие).

Необходимо отметить, что по вопросу классификации затрат по данному признаку нет единого мнения и четкой регламентации. Некоторые экономисты вообще не признают деления на основные и накладные. Очевидно, причиной этого является то, что такое деление в значительной мере теряет практическое значение в силу того, что в процессе калькулирования трудно провести такое деление.

2) По отношению к себестоимости различают:

- прямые и косвенные;
- затраты, связанные с реализацией продукции (работ, услуг).

К прямым относятся затраты, которые непосредственно связаны с изготовлением данного изделия, предоставлением услуги и потому могут быть отнесены на его себестоимость. К ним относятся: расходы на сырье и основные материалы, покупные готовые изделия и полуфабрикаты, топливо и энергия для технологических целей, основная и дополнительная заработная плата персонала, отчисления на социальное страхование и некоторые другие расходы.

К косвенным относятся расходы, связанные с производственной деятельностью цеха, предприятия в целом, но не с производством отдельных изделий. Поэтому эти расходы относятся на себестоимость отдельных видов продукции не прямо, а пропорционально какому - либо косвенному признаку, например, заработной плате производственных рабочих. Косвенными являются расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, цеховые, общезаводские, внепроизводственные и другие [6].

3) Затраты на реализацию продукции (работ, услуг) включают затраты связанные:

- с упаковкой, хранением, транспортировкой, погрузкой в транспортные средства;
- с оплатой услуг банков, предприятий, организаций по осуществлению в соответствии с заключенными договорами торгово-комиссионных (факторинговых) операций;
- с маркетинговыми услугами, рекламой.

4) По видам расходов различают:

- затраты по калькуляционным статьям;
- затраты по экономическим элементам затрат.

Группировка затрат по экономическим элементам производится исходя из однородности их экономического содержания независимо от места возникновения и целевого назначения. Экономические элементы — это

экономически однородные по составу затраты на выпуск и реализацию совокупной продукции.

Различают следующие экономические элементы затрат:

- материальные затраты;
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация основных средств и нематериальных активов;
- прочие затраты [48; с. 128].

К элементу «Материальные затраты» относится стоимость сырья и материалов, покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов, топлива, энергии всех видов, работ и услуг производственного характера, выполняемых сторонними предприятиями, платежи за добычу природных ресурсов, выбросы загрязняющих веществ в окружающую среду, а также плата за размещение отходов.

В элементе «Расходы на оплату труда» отражаются затраты на оплату труда производственного персонала предприятия. В себестоимость продукции не включаются премии, выплачиваемые за счет средств специального назначения и целевых поступлений; вознаграждения по итогам работы за год; материальная помощь; оплата дополнительно предоставляемых по коллективному договору отпусков работникам и другие виды выплат, не связанных непосредственно с оплатой труда.

В элементе «Отчисления на социальные нужды» отражаются отчисления по установленным законодательством нормам органам социального страхования – 2,9 %, пенсионного фонда – 22%, фонда медицинского страхования – 5,1 % от всех видов оплаты труда работников, занятых в производстве продукции.

В элементе «Амортизация основных фондов» находят выражение амортизационные отчисления на полное их восстановление. Они определяются исходя из балансовой стоимости основных фондов и утвержденных в

установленном порядке норм амортизации.

К элементу «Прочие затраты» относятся:

- налоги, сборы, отчисления в бюджет и внебюджетные фонды, относимые на себестоимость продукции;
- платежи по обязательному страхованию имущества предприятия, плата по процентам за краткосрочные ссуды банков;
- оплата услуг связи, за пожарную и сторожевую охрану, подготовку кадров, вознаграждения за изобретения, расходы на рекламу и другие затраты, входящие в состав себестоимости продукции (услуг), но не относящиеся к ранее перечисленным элементам затрат [18; с. 130].

Таким образом, поэлементный анализ себестоимости показывает, каковы конкретно расходы на производство продукции (работ, услуг), независимо от их места и непосредственного назначения.

Можно отметить, что по всем пяти элементам, сгруппированным в соответствии с экономическим содержанием в качестве основного условия включения затрат в себестоимость, выступает критерий необходимости их участия в процессе производства и реализации продукции.

Документ, в котором осуществляется поэлементная группировка затрат называется сметой затрат на производство. Следует отметить, что смета затрат не позволяет определить себестоимость единицы продукции конкретного наименования.

Для внутрипроизводственного анализа и выявления резервов снижения себестоимости продукции необходимо знать не только общую сумму затрат каждого предприятия по тому или иному экономическому элементу, но и величину расходов в зависимости от места их возникновения. Такую возможность дает классификация затрат по калькуляционным статьям, которую можно представить в следующем виде:

1. сырье и материалы;
2. комплектующие изделия, полуфабрикаты и услуги производственного

характера, приобретенные у других предприятий;

3. топливо и энергия всех видов на технологические цели;
4. возвратные (используемые в производстве) отходы (вычитаются из себестоимости и учитываются по цене возможного использования, которую предприятие определяет самостоятельно);
5. потери от брака;
6. заработная плата (основная и дополнительная) производственных рабочих;
7. отчисления на социальные нужды;
8. затраты на содержание и эксплуатацию оборудования;
9. общепроизводственные (цеховые) затраты (накладные расходы)
10. общехозяйственные (общезаводские или общефабричные) затраты;
11. внепроизводственные (коммерческие) затраты на реализацию продукции [56; с. 234].

Общепроизводственные и общехозяйственные расходы относятся к накладным расходам. Общепроизводственные расходы — это расходы на содержание, обслуживание и управление производством. В состав общепроизводственных накладных затрат включаются: расходы на содержание и эксплуатацию оборудования; цеховые расходы на управление.

Общехозяйственные расходы - расходы, непосредственно не связанные с производственным процессом. К ним относятся: административно-управленческие расходы; содержание общехозяйственного персонала; амортизационные отчисления и расходы на ремонт основных средств управленческого и общехозяйственного назначения; арендная плата за помещения общехозяйственного назначения; расходы по оплате информационных, аудиторских, консультационных услуг и т.п.

Классификация затрат по калькуляционным статьям позволяет определить место возникновения затрат и направление их использования, себестоимость конкретного изделия.

5) По характеру связи с объемом производства затраты делятся на условно - постоянные и условно - переменные.

К переменным относятся затраты, которые изменяются в зависимости от объема производства продукции (затраты на сырье и материалы, основная заработная плата основных производственных рабочих).

Условно - постоянными называются расходы, которые не зависят от объема производства продукции (общепроизводственные расходы, общехозяйственные расходы, коммерческие расходы).

б) В зависимости от времени (периода) возникновения и отнесения на себестоимость затраты подразделяются на расходы текущего периода, будущих периодов и предстоящие расходы.

Под расходами текущего периода понимаются расходы, связанные с производством и реализацией продукции данного периода (включая резервируемые расходы будущих периодов, относимые на себестоимость продукции данного периода).

К расходам будущих периодов относятся такие затраты, которые хотя и возникают в данном периоде, не подлежат погашению в следующих отчетных периодах путем отнесения на издержки производства или обращения в течение срока, к которому они относятся, но не более пяти лет. К таким расходам относятся: неравномерно производимый в течение года ремонт основных средств; взносы арендной платы за последующие периоды.

Предстоящими являются расходы, включаемые в себестоимость отчетного периода путем резервирования (расходы на оплату отпусков). По степени целесообразности фактические затраты подразделяются на производительные расходы и непроизводительные (или потери) [59; с. 106].

Таким образом, себестоимость является частью цены товара, причем она отражает большую часть стоимости продукции и зависит от изменения условий производства и реализации продукции. Определение себестоимости – очень сложный процесс, причем калькулирование себестоимости продукции (работ,

услуг) должно отвечать отраслевой специфике предприятия, а также особенностям организации его производства.

1.2. Особенности формирования себестоимости электроэнергии

В основе формирования, планирования, учета и калькуляции себестоимости электрической и тепловой энергии в энергосхемах, и на электростанциях, затрат на передачу и распределение энергии в энергетических и тепловых сетях лежат следующие особенности определения ее себестоимости:

1. Себестоимость электрической и тепловой энергии — экономический показатель работы энергопредприятий, представляющий собой совокупность затрат в денежном выражении овеществленного и живого труда в процессе производства на электростанциях, передачи и распределения энергии в сетях.

2. Особенностью методики калькулирования себестоимости в энергетике, отличной от методики калькулирования в других отраслях промышленности, является калькулирование полной себестоимости энергии на условиях франко-потребитель. Такое калькулирование обеспечивает полный учет всех расходов на производство и передачу энергии до потребителя и служит одним из критериев для рационального размещения, как энергетических мощностей, так и крупных потребителей электроэнергии.

3. В отличие от других отраслей в электроэнергетике рассчитывается себестоимость единицы не произведенной, а отпущенной продукции (электроэнергии или тепла), для акционерных обществ энергополезно отпущенной потребителям.

4. Отличительной чертой себестоимости энергии является наличие расходов по содержанию резерва мощности на электростанциях и в сетях в целях обеспечения бесперебойности энергоснабжения потребителей. Резерв мощности не распределяется равномерно между электростанциями системы, а концентрируется на отдельных электростанциях в зависимости от их типа

(конденсационные, ТЭЦ, гидроэлектростанции), технического уровня и надежности работы, а также структуры топливного баланса.

5. Калькуляция себестоимости энергии характеризует величину плановой и отчетной себестоимости энергии по технологическим стадиям производства и статьям затрат по абсолютной величине и на единицу продукции.

6. Объектом калькуляции энергии является:

- для электростанций — себестоимость производства электрической и тепловой энергии;
- для электрических и тепловых сетей — себестоимость передачи и распределения энергии;
- для энергоуправления (энергосбыта) — себестоимость полезно отпущенной потребителям электрической и тепловой энергии.

Калькуляционной единицей является:

- на электростанциях — произведенная себестоимость 1 кВтч, отпущенного с шин электростанции;
- в акционерных энергосбытовых обществах — полная себестоимость 1 кВтч, полезно отпущенных потребителям (с учетом потерь).
- в электрических и тепловых сетях себестоимость передачи и распределения 1 кВтч не определяются.

7. Затраты на производство включаются в себестоимость энергии и ее передачи и распределения того отчетного месяца, к которому они относятся, независимо от времени оплаты.

8. В целях упрощения калькулирования себестоимости электрической и тепловой энергии разрешается распределять затраты между электрической и тепловой энергией пропорционально расходу условного топлива. Данный пункт относится к косвенным затратам.

9. В плановую себестоимость энергии и ее передачи и распределения не включаются непроизводительные расходы: естественная убыль, списание расхода товарно-материальных ценностей в пределах норм естественной убыли

и другие непроизводительные расходы; эти расходы включаются только в фактическую себестоимость с целью выявления и сравнительного анализа непроизводительных расходов [20; с. 145].

По влиянию объема выпуска продукции затраты можно разделить на условно-постоянные и условно-переменные:

- условно-постоянные расходы на энергопредприятии это такие затраты, которые почти не зависят от объема производимой продукции (к ним можно отнести затраты, связанные с оплатой труда персонала, амортизационные отчисления);
- условно-переменные затраты — это затраты, которые в основном прямо пропорциональны объему продукции (выработке энергии), к ним относятся затраты на топливо, плата за воду и т.д. Для удобства анализа учет фактических постоянных и фактических переменных затрат следует вести раздельно.

По способу отнесения затрат на единицу продукции затраты на производство делятся на прямые и косвенные:

- прямые затраты это такие, которые могут быть непосредственно отнесены на калькулируемую единицу продукции:
- косвенные затраты - затраты, которые являются общими для нескольких видов продукции (амортизация электрогенератора будет полностью относиться на себестоимость электроэнергии).

Распределение затрат между видами продукции ведется в соответствии с принятыми в энергосистемах методиками. В системе учетной политикой принято разносить все косвенные затраты по производству электроэнергии и теплоэнергии пропорционально физическому расходу топлива, используемого при производстве данного вида продукции.

Количество технологических стадий, по которым происходит группировка затрат производства на электростанциях, зависит от процесса производства, имеющегося оборудования и исходных энергетических ресурсов.

Для расчета себестоимости продукции на энергосбытовых предприятиях, бухгалтерией и плановым отделом (на основе первичной документации, оформленной в установленном порядке) формируются два документа: смета затрат и калькуляция себестоимости. Смета затрат на производство и реализацию продукции — это документ, в котором текущие затраты, относимые на себестоимость продукции, группируются по одноименным экономическим элементам без разделения затрат по видам продукции и услуг. Одноименные затраты предполагают, что в данном элементе учитываются все затраты по расходу данного вида ресурса. Группировка затрат по экономическим элементам без распределения их по видам производимой продукции и оказываемых услуг необходима для определения общего расхода предприятием материальных, трудовых и денежных ресурсов при производстве определенного объема продукции и услуг за отчетный или плановый период. Плановая смета затрат формируется на основе нормативов затрат в плановом периоде, отчетная — по результатам учета за прошедший период. Сметы составляются в целом по энергопредприятию ежемесячно и с нарастающим итогом. В смете затрат любой отрасли выделяются пять стандартных элементов, компоненты которых могут быть различны в зависимости от особенностей производства.

Для электроэнергетики смета составляется по следующим группировкам затрат:

1. Материальные затраты, в состав которых входят:
 - затраты на приобретение со стороны сырья и материалов;
 - затраты на вспомогательные материалы;
 - плата за воду;
 - затраты на оплату услуг;
 - затраты на топливо;
 - затраты на покупную энергию (энергия покупается для собственных нужд по тарифам на хозяйственные нужды электростанций, рассчитываемых

энергосбытом);

- ремонт хозяйственным способом;
- ремонт подрядным способом;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на единый социальный налог;
- амортизация основных средств (начисляется в соответствии с налоговой учетной политикой предприятия);
- прочие затраты.

2. Структура сметы затрат характеризует удельный вес каждого элемента в суммарных затратах на производство и реализацию продукции энергопредприятия. Смета затрат на производство продукции дает возможность определить суммарные затраты на производство продукции за определенный период; на основе калькуляции рассчитывается себестоимость единицы продукции, затраты распределяются между видами продукции и услуг. В калькуляции затраты группируются по следующим статьям:

- топливо на технологические цели;
- вода на технологические цели;
- основная заработная плата производственных рабочих;
- отчисления на социальные нужды;
- расходы по содержанию и эксплуатации оборудования (амортизация силовых и рабочих машин, передаточных устройств, инструмента, внутрицехового транспорта);
- цеховые расходы (заработная плата аппарата управления цехом, амортизация и расходы по содержанию и ремонту зданий и инвентаря общецехового назначения, расходы по охране труда);
- общезаводские (общестанционные) расходы (заработная плата административно-управленческого аппарата, командировочные, канцелярские расходы, амортизация и расходы по содержанию и ремонту общестанционных средств и др.);

- покупная энергия [40; с. 158].

3. Методика калькулирования себестоимости позволяет разграничивать составляющие себестоимости не только по их экономическому содержанию, но и по направлению затрат, устанавливать фактический уровень затрат по каждой стадии производства и отдельным статьям калькуляции, а в сопоставлении с плановыми заданиями — выявлять отклонения, предотвращать перерасходы и устранять причины их образования. Целью калькулирования является экономически обоснованный расчет себестоимости всего объема производимой продукции и единицы продукции, сопоставление фактической себестоимости в целом и по отдельным статьям расходов с плановыми показателями для контроля за выполнением установленных заданий, выявление причин и условий ее изменения и их влияние на результаты деятельности энергопредприятия. Так же как и смета, калькуляция может быть отчетной, плановой, проектной.

Таким образом, себестоимость электроэнергии в отличие от других отраслей промышленности учитывается не произведенной продукции, а энергополезно отпущенной потребителям.

1.3. Методы планирования и управления себестоимости электроэнергии

Целью планирования себестоимости является оптимизация текущих затрат предприятия, обеспечивающая необходимые темпы роста прибыли и рентабельности на основе рационального использования денежных, трудовых и материальных ресурсов [11].

При разработке плана по себестоимости должны быть решены следующие задачи:

1. Выполнен анализ стоимостных показателей производственной деятельности предприятия в целом и отдельных его подразделений;
2. Выявлены возможности и уточнены размеры снижения себестоимости

продукции в планируемом году по сравнению с предшествующим периодом;

3. Составлены калькуляции себестоимости основных видов выпускаемой продукции;

4. Выявлены нецелесообразные затраты и разработаны меры по их ликвидации;

5. Определена рентабельность видов выпускаемой продукции и производства;

6. Оценено влияние на себестоимость, прибыль и рентабельность увеличения затрат на освоение производства новой продукции;

7. Создана база для разработки оптовых или розничных цен.

При составлении плана по издержкам особое внимание необходимо обратить на выявление резервов снижения себестоимости, а также величины и причин возникновения затрат, не обусловленных нормальной организацией производственного процесса: сверхнормативного расхода сырья и материалов, топлива и энергии, потерь рабочего времени и доплат за отступление от нормальных условий труда и сверхурочные работы, потерь от простоев машин и оборудования, аварий, брака, излишних расходов, вызванных нерациональными хозяйственными связями по поставкам сырья и материалов, нарушением технологической и трудовой дисциплины, изменением объема работ по подготовке производства, освоению и внедрению новой техники и технологии и т.д.

План по издержкам предприятия состоит из следующих разделов:

1) расчет снижения себестоимости продукции за счет влияния на нее технико-экономических факторов;

2) калькулирование себестоимости видов продукции (работ и услуг);

3) смета затрат на производство [38; с. 59].

Технологический процесс планирования себестоимости представлен на рисунке 1.2.



Рис. 1.2. Процесс планирования себестоимости [38; с. 84] .

Основу планирования себестоимости продукции составляют затраты, которые в соответствии с действующими нормативно-техническими документами могут быть отнесены на издержки.

Порядок разработки плана, количество показателей и степень детализации их расчетов на различных стадиях планирования неодинаковы. При составлении перспективного и проектов годовых планов для определения себестоимости товарной продукции в качестве основного используется расчет влияния важнейших технико-экономических факторов на общий уровень затрат. При годовом планировании пофакторный расчет сочетается с детальным калькулированием себестоимости товарной продукции и разработкой сметы затрат на производство.

При планировании себестоимости продукции применяются следующие методы:

1. Пофакторный метод. Его суть заключается в определении влияния

технико-экономических факторов на издержки производства в планируемом году по сравнению с предыдущим годом. При планировании себестоимости этот метод применяется с целью:

- обеспечения сопоставимости показателей плана с аналогичными показателями других периодов;
- наиболее полного учета эффективности внедрения мероприятий по плану повышения эффективности производства;
- определения участия отдельных служб, отделов и производственных подразделений в снижении издержек и повышении эффективности производства, материального поощрения за это участие, сводимости показателей по предприятию, объединению, отрасли и в целом по региону;

2. Сметный метод. Он предполагает обоснование каждой статьи себестоимости с помощью специальной сметы затрат. Смета может составляться как на отдельные комплексные статьи расходов, так и в целом на объем валовой, товарной и реализуемой продукции. При планировании себестоимости в качестве отдельных смет могут использоваться отдельные разделы плана, например план материально-технического обеспечения, план по труду и персоналу, план технического и организационного развития предприятия, в которых обосновываются затраты соответствующих ресурсов.

Сметный метод позволяет увязать отдельные разделы тактического плана между собой и согласовать их с планами внутрипроизводственных подразделений. Он позволяет сбалансировать затраты предприятия и цехов и тем самым проконтролировать правильность всех расчетов, укрепить экономическую базу коммерческого расчета. На основе смет затрат составляется свод затрат на производство продукции в целом по предприятию. Этот метод достаточно трудоемок и применяется на стадиях окончательного составления плана. [40; с. 153].

3. Метод калькуляций, то есть на основе калькуляции себестоимости товарной продукции. Именно с этой целью калькуляционные статьи расходов,

особенно комплексные, расчленяются при расчете на экономические элементы. С помощью этого метода обосновывается величина затрат на производство единицы продукции, работ, услуг или их структурных элементов, например детали, узла. При планировании себестоимости данным методом важно правильно определить объекты калькулирования. В дальнейшем калькуляции применяются при планировании себестоимости валовой, товарной и реализованной продукции, смет затрат и свода затрат по предприятию.

4. Нормативный метод. Здесь уровень затрат на производство и реализацию продукции, работ, услуг рассчитывается на основе заранее составленных норм и нормативов. Этот метод широко применяется при составлении плановых калькуляций и смет затрат. Важнейшее достоинство нормативного метода планирования себестоимости продукции — возможность обособленного учета отклонений от действующих (текущих) норм и их причин. Это позволяет судить о том, какие факторы привели к изменению затрат, и своевременно принимать оптимальные решения, направленные на улучшение экономических показателей работы предприятия.

При планировании себестоимости продукции указанные методы применяются, как правило, одновременно, в комплексе, что позволяет решать ряд взаимосвязанных задач планирования издержек. Они дополняют друг друга и делают процесс планирования издержек сквозным.

Снижение себестоимости продукции (работ, услуг) планируется по двум показателям:

- 1) снижение себестоимости сравнимой товарной продукции, то есть выпускавшейся на данном предприятии в предплановом году;
- 2) снижение затрат на один рубль товарной продукции.

Указанные показатели могут определяться как методом прямого счета укрупненно, так и по технико-экономическим факторам.

Планируемое снижение себестоимости сравнимой товарной продукции (ΔC_n) в процентах определяется по формуле:

$$\Delta C_{\Pi} = \frac{В_{\Pi} \times C_{\Phi} - В_{\Pi} \times C_{\Pi}}{В_{\Pi} \times C_{\Phi}} \times 100\% \quad (1.1)$$

где $В_{\Pi}$ — запланированный объем выпуска товарной продукции в натуральных, условно-натуральных показателях;

C_{Π} , C_{Φ} — полная себестоимость единицы продукции соответственно в плановом и отчетном периодах, тыс. руб.

Числитель этой формулы представляет собой экономию от снижения себестоимости товарного выпуска продукции планового периода.

Планируемое снижение затрат на один рубль товарной продукции (ΔZ_{Π}) в процентах рассчитывается аналогично:

$$\Delta Z_{\Pi} = \frac{Z_{\Pi}^{\Phi} - Z_{\Pi}^{\Pi}}{Z_{\Pi}^{\Phi}} \times 100\% \quad (1.2)$$

где Z_{Π}^{Φ} , Z_{Π}^{Π} — затраты на рубль товарной продукции соответственно в отчетном и плановом периодах.

Расчеты снижения себестоимости ведутся по типовым группам факторов:

- 1) повышение технического уровня производства;
- 2) внедрение вычислительной техники;
- 3) улучшение организации производства и труда;
- 4) изменение структуры и объема производимой, продукции;
- 5) улучшение использования природных ресурсов;
- 6) отраслевые и прочие факторы [20; с. 165].

расчеты влияния факторов на себестоимость продукции в планируемом году выполняются в следующем порядке:

- 1) определяются затраты на рубль товарной продукции предыдущего года;
- 2) рассчитывается себестоимость товарной продукции планового года исходя из уровня затрат предыдущего года, для чего объем товарной продукции планового года (в сопоставимых с предыдущим годом ценах) умножается на

величину затрат на 1 руб. товарной продукции предыдущего года;

3) определяется влияние каждого фактора на уровень затрат в ценах и условиях предыдущего года;

4) из себестоимости товарной продукции, найденной по уровню затрат предыдущего года, вычитается итоговая сумма экономии за счет влияния факторов и определяется себестоимость товарной продукции планового года;

5) определяется уровень затрат на 1 руб. товарной продукции планового года и снижение этих затрат по сравнению с уровнем затрат предыдущего года;

6) определяется изменение оптовых цен и условий, влияющих на объем и себестоимость товарной продукции с учетом предусмотренных на планируемый год изменений цен на изготавливаемую продукцию, потребляемое сырье, материалы, топливо, энергию, условий оплаты труда и другие изменения, приводящие к повышению или к снижению издержек производства;

7) определяется уровень затрат на 1 руб. товарной продукции с учетом вышеуказанных изменений.

Снижение себестоимости продукции является одной из основных задач для планирования и организации производства на предприятии, поэтому планированию снижения себестоимости продукции на предприятии уделяют достаточно большое внимание.

Для определения методов снижения затрат необходимо проводить анализ себестоимости продукции. В системе анализа себестоимости продукции можно выделить несколько видов анализа[38; с. 211]:

1. Анализ себестоимости продукции обычно начинают с изучения общей суммы затрат в целом и по основным элементам. Общая сумма затрат на производство продукции может измениться из-за: объема производства продукции, структуры продукции, уровня переменных затрат на единицу продукции, суммы постоянных расходов.

2. Анализ структуры затрат предприятия проводится на основе данных бухгалтерского учета и управленческой отчетности и является наиболее

информативным для оценки эффективности деятельности предприятия и разработки перспективных планов его развития, поскольку позволяет выявить резервы снижения себестоимости и соответственно повышения рентабельности компании. Анализ может проводиться в трех направлениях:

- по статьям расходов или затрат или по элементам;
- по изделиям;
- по центрам затрат или видам деятельности.

В процессе анализа необходимо оценить также изменения в структуре по элементам затрат. Уменьшение доли заработной платы и увеличение доли амортизации свидетельствуют о повышении технического уровня предприятия, росте производительности труда.

3. Анализ изменения себестоимости и затрат. Поскольку уровень затрат и себестоимости влияет на величину финансовых результатов предприятия, снижение себестоимости является важным фактором роста прибыли и индикатором эффективности деятельности всего предприятия в целом. Поэтому обычно предприятия стремятся к снижению себестоимости производимой ими продукции. При анализе степень достижения этой цели определяется по сравнению с предыдущим периодом или планом. Анализ проводится индивидуально для каждого изделия и для предприятия в целом.

Существует четыре основных группы факторов роста затрат:

- объемные (рост объемов производства);
- нормативные (пересмотр действующих нормативов);
- ценовые (например, повышение закупочных цен на сырье и материалы);
- качественные (качество сырья или инвентаря).

4. Анализ влияния объема производства на себестоимость единицы продукции и всего выпуска.

5. Анализ фонда труда и заработной платы. Доля этих расходов может колебаться от нескольких процентов до половины общей суммы затрат предприятия. Поэтому очень важен анализ этой статьи расходов предприятия.

Большое значение имеет также анализ использования фонда рабочего времени сотрудниками.

6. Анализ затрат на рубль произведенной продукции. Затраты на рубль произведенной продукции — очень важный обобщающий показатель, характеризующий уровень издержкоемкости продукции в целом по предприятию. Во-первых, он универсален, поскольку может рассчитываться в любой отрасли производства, а во-вторых, наглядно показывает прямую связь между себестоимостью и прибылью. Исчисляется данный показатель отношением общей суммы затрат на производство и реализацию продукции к стоимости произведенной продукции в действующих ценах. Если его уровень ниже единицы, производство продукции является рентабельным, при уровне выше единицы — убыточным. В процессе анализа следует изучить выполнение плана и динамику затрат на рубль продукции, а также провести межхозяйственные сравнения по этому показателю.

7. Анализ прямых материальных затрат.

8. Анализ косвенных затрат.

9. Факторный анализ является частью всех этих видов анализа и представляет собой методику исследования и выявления влияния факторов на величину результативных показателей деятельности предприятия [13].

Итак, снижение себестоимости продукции, услуг является одной из основных задач для планирования и организации производства на предприятии, поэтому планированию снижения себестоимости продукции на предприятии уделяют достаточно большое внимание.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ПЕРВАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ»

2.1. Организационно - экономическая характеристика предприятия

АО «Первая сбытовая компания» - независимая энергосбытовая компания, предоставляющая промышленным и сельхозпредприятиям возможность приобретения электроэнергии непосредственно с торговой площадки ОРЭМ (оптовый рынок электроэнергии и мощности).

История функционирования и развития предприятия начинается с 30 декабря 2003 года, когда было зарегистрировано предприятие ООО «Первая сбытовая компания» в Белгородской области. С 1 мая 2004 года «Первая сбытовая компания» стала участником сектора свободной торговли оптового рынка электроэнергии (ОРЭ). В 2005 и 2006 годах компания стала победителем ежегодной премии НП «АТС» в номинации «Наиболее эффективная торговая стратегия среди компаний - потребителей электроэнергии». 12 августа 2009 года общество с ограниченной ответственностью «Первая сбытовая компания» было реорганизовано в открытое акционерное общество «Первая сбытовая компания». С 24 июня 2015 года ОАО «Первая сбытовая компания», по решению Общего собрания акционеров было преобразовано в АО «Первая сбытовая компания» на основании Закона № 99-ФЗ от 1 сентября 2014 года [5].

Предпосылками создания АО «Первая сбытовая компания» явилась потребность рынка в развитии конкуренции в сфере энергоснабжения, внедрения энергосберегающих технологий и оборудования, снижения энергоемкости производства и усовершенствование систем учета электроэнергии.

Полное фирменное наименование - акционерное общество «Первая сбытовая компания». Место нахождения общества: 308000, Россия, г. Белгород, ул. Князя Трубецкого, д. 37.

АО «Первая сбытовая компания» осуществляет свою деятельность в соответствии с Уставом (Приложение 1).

Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на место его нахождения. Общество вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства визуальной идентификации.

Уставный капитал АО «Первая сбытовая компания» сформирован за счет уставного капитала реорганизуемого общества (ООО «Первая сбытовая компания») и на 31.12.2013 г. составляет 100 000 (Сто тысяч) рублей. Уставный капитал разделен на обыкновенные именные бездокументарные акции в количестве 100 000 (Сто тысяч) штук номинальной стоимостью 1 (один) рубль каждая.

АО «Первая сбытовая компания» является поставщиком электроэнергии, предлагающим клиентам оптимальные условия работы и широкий перечень услуг. Основной целью деятельности АО «Первая сбытовая компания» является получение прибыли, обеспечение надежного и качественного энергоснабжения потребителей.

Главная задача компании состоит в обеспечении надежного и бесперебойного снабжения электроэнергией потребителей на территории Белгородской области, а также расширении спектра услуг, предоставляемых потребителям электрической энергии, совершенствовании качества обслуживания абонентов.

Основным видом деятельности АО «Первая сбытовая компания» является покупка электрической энергии на оптовом рынке электрической энергии (мощности) и дальнейшая её реализация потребителям.

Миссия компании заключается в обеспечении надежного энергоснабжения и комплекса сопутствующих услуг на базе прогрессивных технологий и высокого профессионализма с максимальной эффективностью для клиента.

Реализация указанной миссии обеспечивается надежными, квалифицированными услугами энергоснабжения с учетом оптимизации процесса закупки электроэнергии и реального снижения затрат на энергоресурсы. Предоставление индивидуального подхода для каждого клиента с учетом его экономических и технологических особенностей. Оказание полного перечня услуг касающихся рынка электроэнергии с привлечением профессиональных партнеров.

Оказание услуг энергоснабжения (поставка электроэнергии (мощности), оптимальных условий работы и широкий перечень сопутствующих услуг, в т.ч.:

- осуществление коммерческой, посреднической деятельности, на рынке электроэнергии, в том числе деятельности по покупке электрической энергии;
- внедрение автоматизированного коммерческого и технического учета электрической энергии и мощности (АИИС КУЭ) на предприятиях потребителей и производителях электроэнергии;
- сбыт электроэнергии (мощности) крупным потребителям Белгородской области по экономически обоснованным тарифам;
- оказание услуг в сфере энергосбережения, энергоэффективности, а также оказание энергосервисных услуг;
- оказание услуг по внедрению энергосберегающие технологий и оборудования, снижение энергоемкости производства и усовершенствование системы учета электроэнергии;
- проведение энергоаудита;

- оказание информационно-консультативных и консалтинговых услуг по вопросам правового регулирования рынка электроэнергии, рыночного ценообразования, формирование новой системы договорных отношений между субъектами рынка, реструктуризация правовой деятельности;

- организация, эксплуатация и ремонт расчетных приборов и систем учета электроэнергии;

- обслуживание средств коммерческого учета.

Перед Обществом в числе приоритетных стоят задачи по сохранению клиентской базы, усилению конкурентных преимуществ компании, увеличению объема полезного отпуска и уровня реализации электроэнергии в условиях усиливающейся конкуренции, внедрению новых технологий, дальнейшему расширению энергосервисных услуг.

На предприятии АО «Первая сбытовая компания» применяется линейно-функциональная организационная структура управления, представленная на рисунке 2.1 (Приложение 2).

Органами управления Общества являются:

- Общее собрание акционеров - Высший орган управления Общества, принимающий решение по наиболее важным вопросам деятельности. Компетенция Общего собрания акционеров определена Федеральным законом «Об акционерных обществах» [6] и Уставом АО «Первая сбытовая компания»;

- Совет директоров - Коллегиальный орган управления, определяющий стратегию развития Общества и осуществляющий контроль за деятельностью исполнительных органов.

Управление предприятием осуществляет непосредственно директор через директоров различных структурных подразделений. Каждое структурное подразделение делится на различные отделы, в каждом отделе существует свой главный специалист. Таким образом, на предприятии организовано три уровня управления: высший, средний и низовой.

Основными функциональными подразделениями на АО «Первая сбытовая компания» являются:

- отдел экономического анализа и финансовых расчетов производит расчеты хозяйственного состояния и финансов предприятия, а также осуществляет непосредственно планирование хозяйственной деятельности предприятия и составление инвестиционной программы;

- бухгалтерия ведет отчетность хозяйственной деятельности предприятия, осуществляет текущие расчеты с контрагентами, начисление заработной платы, организацию и контроль поступления денежных средств от предоставленных услуг, оплату поставок сырья и материалов, платежи по счетам, оплату налогов;

- отдел закупок электроэнергии. В его функции входит: энерготрейдинг, т.е. непосредственно закупка электроэнергии на оптовом рынке, расчет тарифов и показателей работы на оптовый рынок электроэнергии (мощности);

- отдел АИISKУЭ (автоматизированные информационно – измерительные системы коммерческого учета электроэнергии) занимается созданием информационно-измерительных систем и обеспечение коммерческого учета электроэнергии, поддержанием работоспособности системы учета электроэнергии и обеспечением бесперебойного электроснабжения потребителей;

- отдел по работе с потребителями на оптовом рынке электроэнергии (ОРЭ) и розничном рынке электроэнергии (РРЭ). К основным функциям отдела относятся: привлечение и вывод на оптовый рынок электроэнергии и мощности новых потребителей, обеспечение взаимодействия с уже имеющимися потребителями.

Также работоспособность компании поддерживают специалист по связям с общественностью, помощник генерального директора по персоналу, юрисконсульт, секретарь-референт.

Таким образом, на рассматриваемом предприятии действует линейно-функциональная система управления, что характерно для средних предприятий. Каждое структурное подразделение выполняет возложенные на него функции. Работа подразделений четко скоординирована и осуществляется в нужном направлении для достижения общей цели.

Применяемая организационная структура на АО «Первая сбытовая компания» соответствует требованиям комплексности и эффективности осуществления хозяйственной деятельности. На предприятии рационально распределена ответственность между всеми структурными подразделениями, что дает возможность эффективного управления и обеспечения устойчивых взаимосвязей между всеми отделами предприятия, а также достижения слаженности работы всего коллектива.

Динамика обеспеченности трудовыми ресурсами предприятия за период 2013 - 2015 гг. представлена в таблице 2.1., составленной на основании штатного расписания АО «Первая сбытовая компания» (Приложение 3).

Таблица 2.1

Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами предприятия АО «Первая сбытовая компания» за период 2013 - 2015 гг.

Наименование показателя	на 31.12.2013 г.	на 31.12.2014 г.	на 31.12.2015 г.
Среднесписочная численность персонала, чел.	16	15	13
Средняя заработная плата, руб.	25 000	38 000	45 000
Всего по штатному расписанию человек, в том числе:	16	15	13
Руководители	8	7	7
Специалисты	8	8	6

Источник: Составлено автором на основании штатного расписания АО «Первая сбытовая компания»

Таким образом, из таблицы 2.1., видно, что на 2015 год среднесписочная численность персонала сократилась. Соотношение числа руководителей и

специалистов не равнозначно. Высоквалифицированных специалистов на предприятии больше. Среднесписочная численность работающих колеблется не сильно. В структуре персонала в 2015 г. в АО «Первая сбытовая компания» наибольший удельный вес (52,8%) приходится на руководителей. Потому что произошло сокращение рабочих мест специалистов и перераспределение их обязанностей руководителям, с целью сокращения затрат на заработную плату.

В Обществе большое внимание уделяется качеству отбора кандидатов при приеме на работу в Общество, предъявляются высокие требования, в т.ч. к уровню образования (высшее электротехническое и экономическое образование являются преимущественным при отборе кандидатов на вакантные должности).

Для оценки экономической эффективности предприятия, изучим динамику основных экономических показателей хозяйственной деятельности предприятия, которые представлены в таблице 2.2 (Приложение 7).

На основании данных текущих показателей, приведенных в таблице 2.2, можно проанализировать различную динамику изменений основных показателей деятельности организации. На протяжении всего периода выручка от реализации услуг увеличивалась, в 2015 г. составила 2 369799 тыс. руб., что на 221 888 тыс. рублей больше по сравнению с предыдущим годом. Это произошло в основном за счет увеличения объемов оказанных услуг и повышения на них уровня цен.

Себестоимость оказанных услуг в АО «Первая сбытовая компания» в 2015 г. составила 2 341412 тыс. рублей, данный показатель увеличился по отношению к предыдущему году на 9,5 %. Это связано с регулированием тарифов на электроэнергию государством.

Прибыль от продаж АО «Первая сбытовая компания» значительно сократилась, в 2015 году составила 5 229 тыс. руб., что на 4 169 тыс. руб. меньше чем в предыдущем году, в связи с ростом значений себестоимости предприятия.

По результатам деятельности АО «Первая сбытовая компания» получила чистую прибыль, в 2014 году составила 13 314 тыс. руб. выросла на 15,5 %, т.к. увеличилась выручка от реализации услуг. В 2015 г. прибыль в размере 10 678 тыс. руб., по сравнению с 2014 г. чистая прибыль предприятия значительно сократилась на 2 636 тыс. руб., или на 19,8 %.

Динамику изменения чистой прибыли и прибыли от продаж предприятия АО «Первая сбытовая компания» можно проследить на рисунке 2.1.

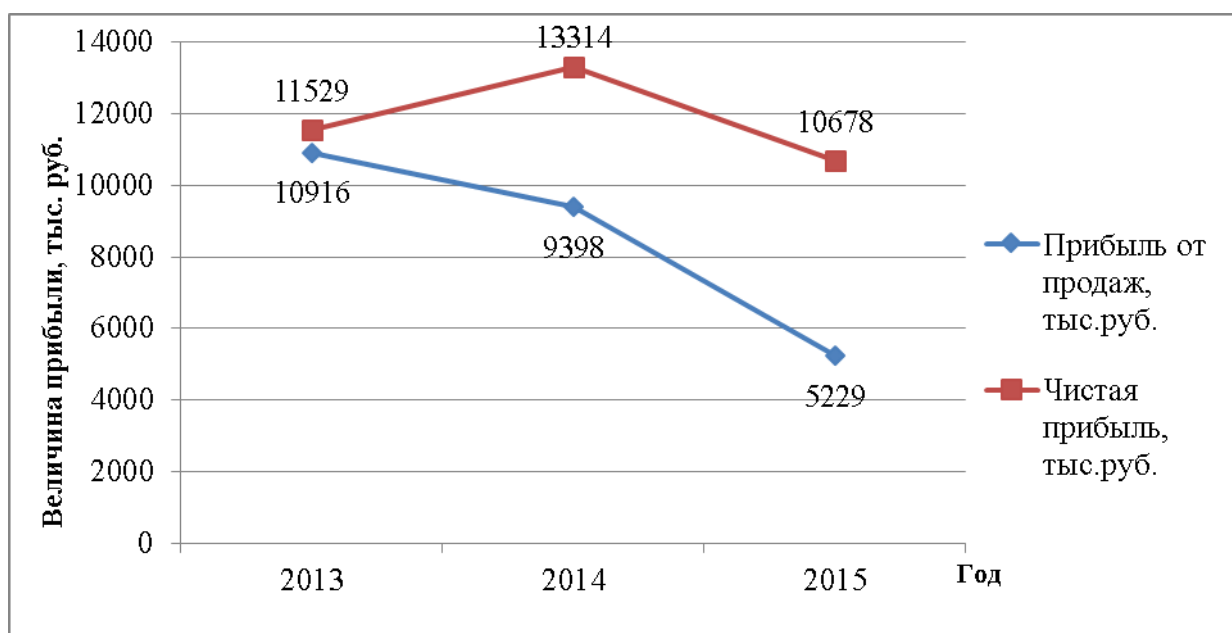


Рис. 2.1. Изменение чистой прибыли и прибыли от продаж предприятия АО «Первая сбытовая компания» за 2013-2015 гг.

Из рисунка 2.1. видно, что прибыль от продаж и чистая прибыль предприятия в 2015 году уменьшились по сравнению с 2014 годом. Прежде всего, большое влияние на данное изменение оказало увеличение себестоимости продаж электроэнергии на конец анализируемого периода и увеличение прочих расходов предприятия.

Показатель рентабельности продаж свидетельствует о том, что в 2015 году с одного рубля продаж предприятие имеет сумму прибыли в размере 0,45 копеек. Также можно отметить, что данный показатель имеет тенденцию к снижению в периоде с 2013 - 2015 годы.

Значения среднегодовой стоимости основных производственных фондов постепенно с каждым годом снижаются. В 2015 году по сравнению с 2014 годом среднегодовая стоимость уменьшилась на 697 тыс. рублей или на 4,7%. Сокращение данного показателя произошло из-за увеличения накопленной амортизации по показателю «машины и оборудование». За 2015 год на предприятии число выбывших основных средств больше, чем поступивших, следовательно снижается уровень технической годности основных средств.

Среднесписочная численность персонала сокращается, и в 2014 году по сравнению с 2013 годом – на 1 человека, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом уменьшилась – на 2 человека.

Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности на протяжении периода с 2013 – 2015 гг. имеет скачкообразный вид, нестабильна. Общая сумма дебиторской задолженности по состоянию на 2015 г. составила 60 979 тыс. руб., по сравнению с 2014 г. увеличилась на 18 231 тыс. руб. Краткосрочная дебиторская задолженность состоит в основном из задолженности покупателей и заказчиков, причем сохраняется на протяжении всего исследуемого периода. Эта тенденция, влечет за собой положительные последствия, предприятие может в виде сумм возвращенной дебиторской задолженности сокращать величину кредиторской задолженности. Так как кредиторская задолженность в течении трех лет увеличивается. В 2015 году достигает максимального значения 109 464 тыс. руб.

Ежегодно производительность труда в АО «Первая сбытовая компания» увеличивается. В 2014 году повысилась на 7,9 %, а в 2015 году темп прироста составил 24,9 %. Это значит, что предприятие достаточно обеспечено трудовыми ресурсами

В 2014 году материалоотдача предприятия повысилась на 1285,3 тыс.руб. по сравнению с предыдущим годом и составила 1828 тыс. руб., а 2015 году сократилась на 161,5 тыс.руб. Значит АО «Первая сбытовая компания» эффективно использует материальные ресурсы.

Фондоотдача в 2013 году составила 127,3 руб., а в 2014 году - 142,2 руб., в 2015 году – 164,5 руб., т. е. повысилась на 22,4 руб. или на 15,7 % по сравнению с предыдущим годом. Это говорит о рациональном использовании имеющихся основных фондов.

Следующим этапом анализа будет оценка показателей рентабельности предприятия АО «Первая сбытовая компания». На основе данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах (Приложение 4-6) проведем анализ рентабельности предприятия. Показатели рентабельности предназначены для оценки общей эффективности вложения средств в предприятие. Это одни из наиболее важных показателей при оценке деятельности предприятия, которые отражают степень прибыльности деятельности предприятия. Динамика показателей рентабельности предприятия представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Динамика показателей рентабельности предприятия
АО «Первая сбытовая компания» за период 2013 - 2015 гг.

Наименование показателя	Значение показателя, %			Абсолютное отклонение, %	
	2013 г.	2014г.	2015г.	2014/ 2013	2015/ 2014
Коэффициент рентабельности активов	10,9	12	9,6	1,1	-2,4
Коэффициент рентабельности собственного капитала	210,9	141,9	203,4	-67,9	61,5
Коэффициент рентабельности заемного капитала	11,5	13,1	9,7	1,6	-3,4
Коэффициент рентабельности совокупных расходов	0,5	0,6	0,4	0,1	-0,2
Коэффициент рентабельности расходов по обычным видам деятельности	0,5	0,4	0,5	-0,1	0,1
Коэффициент рентабельности производства	1,8	1,6	1,2	-0,2	-0,4
Коэффициент рентабельности продаж	0,5	0,6	0,2	0,1	-0,4
Рентабельность всего капитала	20,1	19,4	21,5	-0,7	2,1

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным бухгалтерской отчетности АО «Первая сбытовая компания» за 2013-2015 гг.

Коэффициенты рентабельности принято делить на коэффициенты финансовой деятельности и хозяйственной. Проведем для начала анализ первой категории. Отметим, что за анализируемый период 2013 - 2015 гг. все показатели рентабельности имели скачкообразный вид, нестабильную динамику.

Коэффициент рентабельности активов в 2015 году снизился и составил 9,6 %. Данный показатель является общим показателем, отвечающим на вопрос, сколько прибыли хозяйствующий субъект получит в расчете на 1 рубль своего имущества. От его уровня в частности зависят дивиденды по акциям в обществе. Т.е. мы видим, что с каждым годом уменьшается приход прибыли на 1 рубль имущества фирмы. Так в 2014 году мы получили с каждого затраченного рубля на производство 12 копеек прибыли, что на 1,1 % больше чем в 2015 году.

Рентабельность собственного капитала увеличилась на 61,5 %. Так мы можем отметить, что вложенный в бизнес капитал используется в анализируемом периоде эффективно. В отличие от показателя «рентабельность активов» данный показатель характеризует эффективность использования не всего капитала организации, а только той его части, которая принадлежит собственникам фирмы.

Коэффициент рентабельности заемного капитала, показывающий эффективность использования капитала, вложенного в бизнес организации на длительный срок, уменьшился в анализируемом периоде на 3,4 %. Уменьшение было вызвано, прежде всего, сокращением прибыли от продаж и увеличением краткосрочных обязательств.

Коэффициент рентабельности совокупных расходов сократился в 2013 году на 0,3%, а в 2014 г. увеличился на 0,1 % и был равен 0,6 копеек, а в 2015 году сократился на 0,2 % и составил 0,4 копеек на 1 рубль совокупных расходов. Сокращение прибыли произошло за счет повышения общих совокупных расходов.

Коэффициент рентабельности расходов по обычным видам деятельности в 2015 г. имеет тенденцию к снижению. Значит, уменьшился размер получаемой прибыли от обычной хозяйственной деятельности предприятия, поэтому предприятие получало 0,5 копеек прибыли с одного затраченного рубля.

Рентабельность производства в анализируемом периоде также уменьшилась и составила – 1,2 копеек на 1 рубль выручки от реализации продукции. Следствием этого является снижение эффективности процесса ведения хозяйственной и коммерческой деятельности.

В отчетном периоде с 2013 по 2014 г. рентабельность продаж постепенно повышается. В 2014 году данный показатель увеличился на 0,1 % и составил 0,6 копеек. Однако, в 2015 г. рентабельность продаж сократилась на 0,4 % . Это является следствием повышения расходов и уменьшения прибыли от продаж.

Таким образом, можно сказать, что АО «Первая сбытовая компания» по состоянию на 2015 г. является рентабельным практически по всем направлениям своей деятельности, что свидетельствует о высоком уровне доходности деятельности данного предприятия.

На основе данных бухгалтерского баланса (приложение 4-6) проведем анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия АО «Первая сбытовая компания» за 2013 - 2015 гг. данные расчетов представим в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Показатели финансовой устойчивости АО «Первая сбытовая компания»
за 2013 - 2015 гг.

Показатель	2013	2014	2015	Изменение 2014 к 2013 гг.	Изменение 2015 к 2014 гг.
Коэффициент концентрации собственного капитала (финансовой автономии, независимости)	0,05	0,08	0,2	0,03	-0,06
Коэффициент концентрации заемного капитала	0,95	0,92	0,99	-0,03	0,07
Коэффициент финансовой зависимости	0,94	0,95	0,98	0,01	0,03

Продолжение таблицы 2.4

Коэффициент текущей задолженности	0,95	0,91	0,99	-0,04	0,08
Коэффициент устойчивого финансирования	0,05	0,09	0,04	0,04	-0,05
Коэффициент финансового левериджа (риска)	1,6	1,8	2,1	0,2	0,3

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным бухгалтерской отчетности АО «Первая сбытовая компания» за 2013-2015 гг.

Анализ основных показателей финансовой устойчивости показывает, что на конец 2015 года наблюдается снижение коэффициента концентрации собственного капитала и составил 0,02. Это говорит о том, что АО «Первая сбытовая компания» положительно относится к привлечению заемных денежных средств, т.к. в общем капитале организации 2% составляет собственный капитал. Значение этого коэффициента уменьшилось, значит предприятие становится менее финансово устойчивым и зависимым от внешних источников.

Анализируя динамику коэффициента концентрации заемного капитала, можно сделать вывод, что финансовая зависимость предприятия от внешних источников увеличилась на конец 2014 года, а в 2015 году значение коэффициента увеличилось до 0,98, т.е. заемный капитал составляет 98 % в структуре источников средств предприятия.

Значение коэффициента текущей задолженности в 2015 году возрастает, поэтому краткосрочные финансовые вложения в капитале предприятия занимают наибольшую долю. Коэффициент устойчивого финансирования за 2013 – 2015 гг. постепенно уменьшается и показывает, что финансирование большей части активов происходит за счет устойчивых источников. Кроме того, предприятие зависит от краткосрочных заемных источников покрытия. Величина коэффициента финансового левериджа (риска) постепенно увеличивается и в 2013 году – 1,6, в 2014 году составила 1,8, а в 2015 году 2,1

это говорит о том, что на предприятии АО «Первая сбытовая компания» присутствует финансовый риск.

С целью глубокого анализа финансовой устойчивости, необходимо провести оценку показателей платежеспособности предприятия. Используется три относительных показателя, которые различаются набором ликвидных активов [18; с. 118]. Результаты анализа показателей ликвидности АО «Первая сбытовая компания» в период 2013-2015 гг. приведены в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Показатели ликвидности АО «Первая сбытовая компания» за 2013 - 2015 гг.

Показатели	2013	2014	2015	Изменение 2014 к 2013 гг.	Изменение 2015 к 2014 гг.
Коэффициент текущей ликвидности	1	1,07	0,99	0,07	-0,07
Коэффициент быстрой ликвидности	0,99	1,06	0,99	0,7	-0,07
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,54	0,64	0,43	0,1	-0,2

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным бухгалтерской отчетности АО «Первая сбытовая компания» за 2013-2015 гг.

Проведя анализ платежеспособности АО «Первая сбытовая компания», на 2015 год значение коэффициента текущей ликвидности сократилось на 0,07. Значение рассматриваемого коэффициента необходимо повышать за счет увеличения собственного капитала предприятия и сдерживать рост дебиторской задолженности и внеоборотных активов. Можно сделать вывод, что АО «Первая сбытовая компания» имеет способность погашать текущие (краткосрочные) обязательства за счёт только оборотных активов.

Коэффициент быстрой ликвидности в Общества характеризуется динамикой имеющий тенденцию к снижению. В 2015 году значение коэффициента составляет 0,99, это свидетельствует о том, что для покрытия краткосрочной кредиторской задолженности на предприятии достаточно ликвидных активов. Для повышения уровня срочной ликвидности организации следует принимать меры, направленные на рост собственных оборотных

средств и привлечение долгосрочных кредитов и займов. Еще одним показателем, который характеризует ликвидность и платежеспособность предприятия является коэффициент абсолютной (мгновенной) ликвидности. Этот коэффициент в течении 2014 года постепенно увеличивался и составил 1,06, что на 0,1 больше предыдущего года. В 2015 году коэффициент снизился до 0,43, также оказался соответствующим норме (при норме 0,2), и демонстрирует, какая доля краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно за счет средств на различных счетах. В отчетном периоде АО «Первая сбытовая компания» может покрыть 43 % своих обязательств денежными средствами.

Динамику изменения показателей ликвидности предприятия АО «Первая сбытовая компания» можно проследить на рисунке 2.2.



Рис. 2.2. Показатели ликвидности АО «Первая сбытовая компания»

Из рисунка 2.2. видно, что коэффициенты ликвидности предприятия в 2015 году уменьшилась по сравнению с 2014 годом. Прежде всего, большое влияние на данное изменение оказало увеличение краткосрочных кредитов и займов и снижения прибыли от продаж.

За анализируемый период у предприятия АО «Первая сбытовая компания», было достаточно собственных средств для подтверждения его финансовой устойчивости. В целом анализ показателей ликвидности показал, что фирма способна платить по своим обязательствам, уверенно осуществлять свою деятельность и совершать необходимые расчеты и платежи в указанный срок.

Итак, проанализировав финансово – хозяйственную деятельность АО «Первая сбытовая компания» необходимо отметить, что предприятие работает стабильно, подтверждая это достаточной суммой собственных оборотных средств. Предприятие является финансово устойчивым, но необходимо разработать мероприятия, способствующие увеличению доли собственного капитала предприятия и сокращению заемных средств.

Таким образом, проследив динамику основных экономических показателей хозяйственной деятельности предприятия, можно сделать вывод об относительно устойчивом положении. Это дает возможность для дальнейшего развития, расширения сегмента рынка и внедрения в новые сферы деятельности. С помощью расширения сфер деятельности можно снизить зависимость организации АО «Первая сбытовая компания» от снижения и колебаний потребительского спроса.

2.2. Оценка динамики и структуры себестоимости услуг АО «Первая сбытовая компания»

Систематический анализ структуры затрат на предприятии имеют очень важное значение, в первую очередь для управления издержками с целью их минимизации, выявления основных резервы по их снижению и разработки конкретных мероприятий по их реализации на предприятии [36; с. 156]. На каждом предприятии структура затрат должна анализироваться как в поэлементном, так и в постатейном разрезе. Это необходимо для управления издержками на предприятии с целью их минимизации.

Основным показателем уровня технического и финансового состояния предприятия является себестоимость. Проведем анализ динамики затрат АО «Первая сбытовая компания» на основании данных приведенных в приложении 4-6, сформируем полученные результаты в таблице 2.6.

На основании данных отчета о финансовых результатах, можно проанализировать различную динамику изменений себестоимости оказанных услуг. В АО «Первая сбытовая компания» себестоимость услуг в 2015 г. составила 2 341 412 тыс. рублей, данный показатель увеличился по отношению к предыдущему году на 9,5 %. Это связано с регулированием тарифов на электроэнергию государством и с колебанием спроса на покупку электроэнергии на РСВ (рынок на сутки вперед). На рисунке 2.3. представим динамику изменения себестоимости услуг за 2013-2015 гг.

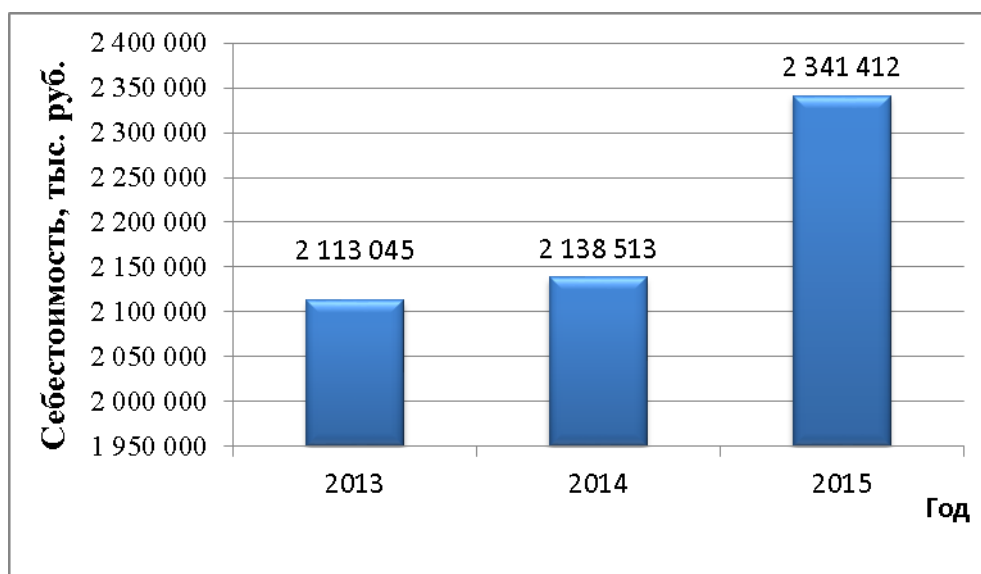


Рис. 2.3. Динамика изменения себестоимости услуг за 2013-2015 гг.

АО «Первая сбытовая компания»

Таким образом, из рисунка 2.3. видно, что себестоимость услуг в 2015 году увеличилась по сравнению с 2014 годом на 202 899 тыс. руб. На протяжении всего периода с 2013-2015 гг. себестоимость услуг увеличивалась.

В процессе анализа структуры себестоимости услуг определяется удельный вес каждой статьи затрат в себестоимости услуг, оценивается темп их изменения за определенный период, для того чтобы выявить те затраты,

которые могут стать наиболее значимыми в ближайшем будущем. Представим структуру себестоимости за 2013-2015 гг. в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Структура себестоимости АО «Первая сбытовая компания»

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Удельный вес, %.		
				2013г.	2013г.	2014г.
Себестоимость, тыс. руб.	2 113 045	2 138 513	2 364 570	100	100	100
В том числе:						
- закупка электроэнергии (мощности) на оптовом рынке по нерегулируемым ценам	1 274 007	1 284 543	1 461 755	60,3	60,1	61,9
- оплата услуг по передаче электрической энергии (мощности)	805 903	822 769	874 187	38,1	38,5	37
- оплата услуг инфраструктурных организаций	4 519	4 648	3 982	0,2	0,2	0,2
- собственные расходы (постоянные затраты)	28 616	26 553	24 646	1,4	1,2	1

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным Приложения 8.

По данным таблицы 2.6. видно, что в течение трех лет себестоимость оказываемых услуг постепенно увеличивается. В 2015 году себестоимость составила 1 461 755 тыс. рублей, не значительное отклонение от прошлого года на 177 212 тыс. руб., объясняется как ростом регулируемых тарифов на услуги по передаче электроэнергии и нерегулируемых цен на электроэнергию (мощность) оптового рынка, так и покупкой/продажей на балансирующем рынке электроэнергии.

В структуре себестоимости затраты на закупку электроэнергии (мощности) на оптовом рынке по нерегулируемым ценам и услуги инфраструктурных организаций в 2015 г. составляют 61,8%, в 2014 г. – 60,1%, в 2013 г. – 60,3%.

Эти затраты занимают наибольший удельный вес в структуре себестоимости. Так как закупка электроэнергии (мощности) на ОРЭМ является основным видом деятельности компании.

Услуги по передаче электрической энергии (мощности) в структуре себестоимости в 2013 году составляют 38,1%. В 2014 г. - 38,5% по отношению к 2013 году увеличились на 0,4%, в 2015 г. – 37% по сравнению с предыдущим годом сократилась на 1,5 %, т.к. закупка электроэнергии на оптовом рынке в этом году заняла наибольший удельный вес (61,8%), чем в предыдущем году. Поэтому в 2015 году затраты на передачу электрической энергии уменьшились на 51 418 тыс. руб.

Затраты на оплату услуг инфраструктурных организаций и собственные расходы (постоянные затраты) предприятия занимают наименьший удельный вес в структуре себестоимости.

Представим структуру себестоимости АО «Первая сбытовая компания» за 2015 год, на рисунке 2.4.

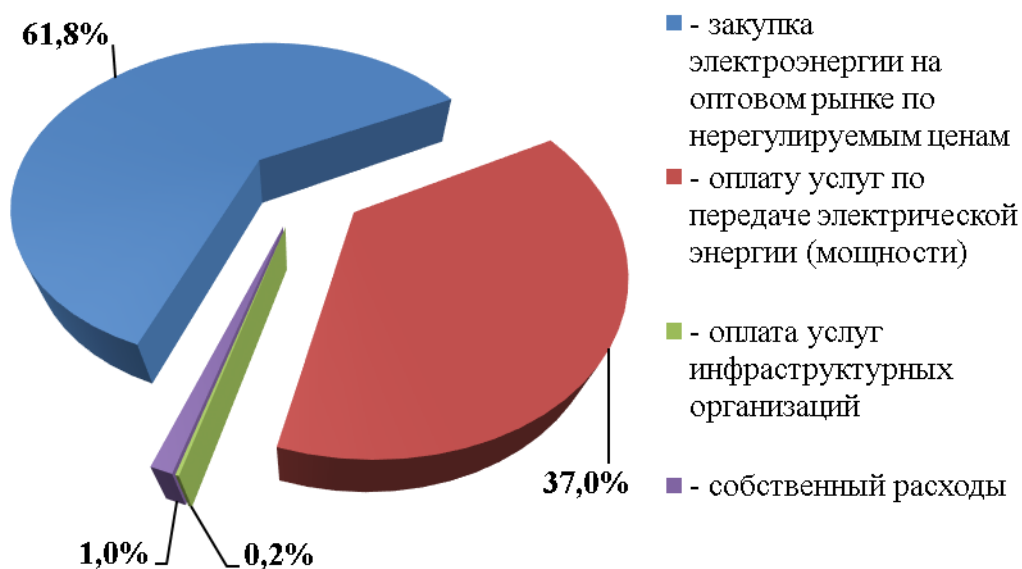


Рис. 2.4. Структура себестоимости АО «Первая сбытовая компания» в 2015 г.

Как видно из рисунка 2.4., что в структуре себестоимости АО «Первая сбытовая компания» наибольший удельный вес занимает закупка

электроэнергии (мощности) на оптовом рынке по нерегулируемым ценам, так как это является основным видом деятельности организации. Значительный удельный вес в структуре затрат занимают затраты по оплате услуг по передаче электроэнергии (мощности).

Проведем анализ затрат на производство по экономическим элементам предприятия АО «Первая сбытовая компания» за период 2013-2015 гг., данные представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8

Анализ затрат на производство по экономическим элементам
предприятия АО «Первая сбытовая компания» за период 2013-2015 гг.

Элемент затрат	Сумма, тыс. руб.			Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Удельный вес, %		
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2014 от 2013 гг.	2015 от 2014 гг.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Материальные затраты	3 914	1 175	1 422	-2 739	+247	0,19	0,05	0,06
Расходы на оплату труда	12 120	12 812	13 068	+692	+256	0,57	0,6	0,55
Отчисления на социальные нужды	2 772	2 639	2 991	-133	+352	0,13	0,12	0,13
Амортизация	3 050	2 639	1 110	-411	-1 529	0,14	0,12	0,05
Электроэнергия (мощность)	1 274 007	1 284 543	1 461 755	+10 536	+177 212	60,3	60,1	61,8
Прочие затраты	817 182	834 505	884 225	+17 323	+49 720	38,7	39	37,4
Итого по элементам затрат	2 113 045	2 138 513	2 364 570	+25 468	+226 057	100	100	100
Итого расходы по обычным видам деятельности	2 113 045	2 138 513	2 364 570	+25 468	+226 057	100	100	100

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным бухгалтерской отчетности АО «Первая сбытовая компания» за 2013-2015 гг.

По данным таблицы 2.8. мы видим, что все элементы затрат имеют не стабильную динамику. В 2015 году материальные затраты составили 1 422 тыс.

руб., по сравнению с 2014 годом увеличились на 247 тыс. руб. В структуре затрат они занимают не значительный удельный вес – 0,05 %.

Расходы на оплату труда в 2013 г. – 12 120 тыс. руб., в 2014 - 12 812 тыс. руб., в 2015 г. - 13 068 тыс. руб. Эти затраты в структуре себестоимости занимают не значительную долю – 0,6 %. Отчисления на социальные нужды также имеют тенденцию к увеличению, потому что возросли расходы на оплату труда.

Элемент затрат такой, как амортизация имеет тенденцию к уменьшению. В 2014 году составила 2 839 тыс. руб., по отношению к 2013 г. сократилась на 211 тыс. руб. В 2015 году амортизация сократилась на 1 529 тыс. руб., по сравнению с предыдущим годом. В структуре затрат амортизация занимает в 2015 г. - 0,05 %.

За анализируемый период электроэнергия (мощность) и прочие затраты, имели наибольший процент роста. В 2013 году электроэнергия (мощность) - 1 274 007 тыс. руб., в 2014 г. - 1 284 543 тыс. руб., в 2015 г. – 1 461 755 тыс. руб., т.е. повысилась на 177 212 тыс. руб. Эти затраты ежегодно увеличивались, потому что зависят от основного вида деятельности организации. Прочие затраты в 2015 году составили 884 225 тыс. руб., по сравнению с предыдущим годом выросли на 49 720 тыс. руб. В структуре себестоимости в 2015 году наибольший удельный вес занимает электроэнергия (мощность) 61,8 %, а прочие затраты – 37,4 %. Увеличение удельного веса электроэнергии (мощности) свидетельствует о изменении тарифов на покупку электрической энергии на оптовом рынке. Рост удельного веса прочих затрат вызван изменением их структуры: увеличилась доля процентов за кредиты, налогов, включаемых в себестоимость услуг.

В целом объем общих затрат увеличился за 2015 год на 226 057 тыс. руб. или на 10,5 %. Все это свидетельствует об увеличении оказываемых фирмой услуг, а также подтверждает рост цен на покупку электрической энергии на оптовом рынке.

Структура затрат по элементам на производство продукции на предприятии за 2015 год можно увидеть на рисунке 2.5.



Рис. 2.5. Структура затрат на производство услуг предприятия АО «Первая сбытовая компания» за 2015 год

По данным выше представленного рисунка видно, что наибольший удельный вес принадлежит электроэнергии (мощности) – 60,1 % и прочим затратам – 39 %.

Анализируя затраты на производство по элементам за 2013 - 2015 гг., можно сделать вывод, что на предприятии произошло улучшение структуры затрат на производство. Таким образом, поэлементный анализ себестоимости показывает, каковы конкретно расходы на производство услуг, независимо от их места и непосредственного назначения.

Таким образом, в структуре себестоимости АО «Первая сбытовая компания» наибольший удельный вес занимает закупка электроэнергии (мощности) на оптовом рынке по нерегулируемым ценам, так как это является основным видом деятельности организации. Значительный удельный вес в

структуре затрат занимает дальнейшая реализация электроэнергии потребителям.

Для оценки влияния переменных и постоянных затрат на общий уровень себестоимости услуг АО «Первая сбытовая компания» необходимо проанализировать следующие данные, приведенные в Приложении 8.

Таблица 2.9

Анализ переменных затрат АО «Первая сбытовая компания»
за 2014 – 2015 гг.

Наименование показателя	2014 г.		2015 г.		Отклонение (+/-), тыс. руб.	Темп прироста, %
	Сумма тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма тыс. руб.	Удельный вес, %		
Переменные затраты - всего	2 111 960	98,8	2 339 924	99	227 964	10,8
Покупная электроэнергия (мощность)	1 284 543	60,8	1 461 755	61,8	177 212	13,8
Услуги инфраструктурных организаций оптового рынка	4 648	0,2	3 982	0,17	-666	-14,3
Услуги по передаче электрической энергии (мощности)	822 769	39,0	874 187	37	51 418	6,2

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным Приложения 8.

По данным выше представленной таблицы, можно сделать вывод, что переменные затраты прямо пропорционально зависят от объема оказанных услуг, в 2014 г. – 98,8 %, в 2015 г. – 99 % в структуре себестоимости занимают наибольший удельный вес.

Совокупные переменные затраты имеют тенденцию к увеличению в 2015 году составили 2 339 924 тыс. руб., что на 227 964 тыс. руб. больше предыдущего года, возросли на 10,6 %. Покупная электроэнергия (мощность) в 2015 г. значительно увеличилась на 13,8 %, в структуре переменных затрат занимают наибольшую долю 61,8 %. Сокращение затрат произошло по статье услуги инфраструктурных организаций оптового рынка на 14,3 %. Статья услуги по передаче электрической энергии (мощности) выросла на 6,2 %. В 2014 году составила 822 769 тыс. руб., а в 2015 г. - 874 187 тыс. руб. Эта статья

затрат в занимает значительный удельный вес в составе переменных затрат 2015 году – 37 %, а в 2014 году – 39 %.

Не большое отклонение затрат на закупку электроэнергии (мощности) и услуг по передаче электрической энергии (мощности) за исследуемый период, свидетельствует о том, что значения переменных затрат резко не изменялись, так как относятся к основному виду деятельности организации.

Таблица 2.10

Анализ постоянных затрат АО «Первая сбытовая компания»
за 2014 – 2015 гг.

Наименование показателя	2014 г.		2015 г.		Отклонение (+/-), тыс. руб.	Темп прироста, %
	Сумма тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма тыс. руб.	Удельный вес, %		
Постоянные затраты - всего	26 553	1,2	24 646	1	-1 907	-7,2
Расходы на оплату труда	12 883	48,5	12 919	52,4	36	0,3
Страховые взносы	2 678	10,1	3 169	12,9	491	18,3
Материалы	433	1,6	927	3,8	494	114,0
Коммерческие расходы (реклама, маркетинг)	452	1,7	123	0,5	-329	-72,8
Услуги связи, аренда каналов связи	844	3,2	878	3,6	33	4,0
Амортизация оборудования общехозяйственного назначения	2 853	10,7	1 110	4,5	-1 743	-61,1
Содержание и ремонт собственных помещений	451	1,7	530	2,1	79	17,5
Аренда помещений, оборудования, автотранспорта	1 471	5,5	1 476	6	5	0,3
Содержание транспорта	716	2,7	714	2,9	-2	-0,3
Информационные услуги	619	2,3	564	2,3	-55	-8,9
Консультационные услуги	56	0,2	0	0	0	0
Программное обеспечение	127	0,5	117	0,5	-11	-8,3
Услуги коммерческого учета	2 508	9,4	1 154	4,7	-1 354	-54,0
Прочие	461	1,7	967	3,9	506	109,6

Источник: Составлено и рассчитано автором по данным Приложения 8.

По данным выше представленной таблицы видно, что постоянные затраты в структуре себестоимости занимают наименьший удельный вес.

Постоянные затраты составляют в 2015 г. – 1 %, а в 2014 г. – 1,2 % от общей себестоимости предприятия. Уменьшение общей суммы постоянных затрат в 2015 г. на 7,2 %, в том числе снижение явилось на статью коммерческие расходы на 329 тыс. руб. и на амортизацию оборудования общехозяйственного назначения на 1 110 тыс. руб., содержание транспорта, информационные услуги на 8,9 %. За исследуемый период увеличились постоянные статьи затрат на материалы на 494 тыс. руб., на расходы по оплате труда на 36 тыс. руб. (0,3%), на страховые взносы, прочее на 109,6 %, услуги связи, аренда каналов связи на 4%, содержание и ремонт собственных помещений на 17,5 %; аренда помещений, оборудования на 0,3%.

Увеличение в структуре постоянных затрат произошло за счет таких статей как: расходы на оплату труда, услуги связи, аренда каналов связи, консультационные услуги, услуги коммерческого учета.

Наибольший удельный вес в составе постоянных затрат в 2015 году приходится на расходы на оплату труда - 52,4 %, страховые взносы – 12,9 %, амортизация оборудования общехозяйственного назначения – 4,5 %, услуги коммерческого учета – 4,7 %.

Как известно, постоянные затраты не зависят от объема оказанных услуг и остаются неизменными, поэтому общая сумма себестоимости услуг больше зависит от величины переменных затрат.

Таким образом, общая сумма затрат может измениться в зависимости от количества оказанных услуг, ее структуры, уровня переменных затрат и суммы постоянных затрат. Однако, на АО «Первая сбытовая компания» общая сумма себестоимости услуг стабильна, отсутствуют резкие колебания затрат. Следовательно, предприятие стабильно работает, качественно планирует расходы будущих периодов, которые зависят от тарифных ставок, регулируемых государством.

Все вышеизложенное наглядно показывает, что учет постоянных и переменных расходов помогает в составлении производственного плана, а

также позволяет минимизировать риски, а также управлять прибыльностью предприятия в целом. Также, анализ показывает, что для снижения общей себестоимости предприятия необходимо обеспечить максимальное снижение постоянных и переменных расходов оказанных услуг.

Таким образом, проанализировав показатели себестоимости услуг, можно сделать вывод, что себестоимость в течении периода 2013-2015 гг. постепенно увеличивается. Предприятие АО «Первая сбытовая компания» нуждается в разработке грамотной политики по снижению себестоимости услуг. С помощью этого предприятие сможет улучшить свое финансовое состояние, повысить конкурентоспособность и привлечь новых потребителей. Предприятие АО «Первая сбытовая компания» имеет все возможности для дальнейшего развития сферы сопутствующих услуг для потребителя.

2.3. Разработка мероприятий по снижению себестоимости услуг на АО «Первая сбытовая компания»

В системе экономических показателей, характеризующих работу предприятия, себестоимость продукции занимает важное место. Проанализировав показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия и себестоимости услуг АО «Первая сбытовая компания», можно сделать вывод о том, что предприятие нуждается в разработке комплекса мероприятий направленных на снижение себестоимости оказываемых услуг, путем совершенствования экономического механизма управления затратами.

Снижение себестоимости услуг — сложный процесс, требующий от трудового коллектива предприятия соблюдения запланированных расходов трудовых, материальных и энергетических ресурсов, эффективного использования оборудования, поиска резервов экономии ресурсов [21; с. 12].

Для энергосбытовых предприятий снижение себестоимости более трудоемкий процесс.

Во-первых, тарифы на услуги по передаче электрической энергии (мощности) и услуги инфраструктурных организаций являются регулируемыми государством. Цены и тарифы на энергетическую продукцию значительно меньше подвержены рыночной конъюнктуре: спрос на энергию практически постоянен, неэластичен; топливная промышленность и энергетика в основном являются естественными монополистами. Основы ценообразования в отношении электрической и тепловой энергии в РФ определены на федеральном уровне нормативными правовыми документами.

Во-вторых, постоянное колебание цен на электроэнергию на оптовом рынке электрической энергии и мощности (ОРЭМ).

Систематическое снижение себестоимости продукции в энергетике и промышленности – это один из важнейших источников прибыльности предприятий (фирм).

Необходимо провести ряд мероприятий по снижению себестоимости услуг на предприятии АО «Первая сбытовая компания»:

- 1) Оптимизация управленческой структуры, а именно создание отдела маркетинга;
- 2) Оптимизация закупки электрической энергии (мощности) за счет качественного планирования потребления на рынке на сутки вперед (РСВ).

Для реализации данных мероприятий потребуется проведение позиционирования предприятия на существующем оптовом рынке электроснабжения с предварительным определением его емкости и основных характеристик. Формирование конкурентных преимуществ будет дополнено уже имеющимся потенциалом рассматриваемого предприятия АО «Первая сбытовая компания», а грамотно сформулированная маркетинговая стратегия развития позволит добиться максимального объема продаж с учетом внешних и внутренних условий функционирования. Оценка рынка и потенциальных потребителей требует подробного определения сущности оказания услуги и основных характеристик предлагаемой продукции.

На предприятии АО «Первая сбытовая компания» необходим отдел маркетинга для снижения себестоимости, повышения прибыли и конкурентоспособности. Целью создания отдела маркетинга является выработка рекомендаций и координация деятельности по формированию и проведению закупочной, сбытовой и сервисной политики предприятий.

Энергосбытовая деятельность в условиях рынка в своем внутриотраслевом аспекте предполагает прямую конкуренцию за потребителя и поставщика (регионального или с оптового рынка), а также претензионную работу по качеству энергии, предоставляемой потребителям. Следовательно, отдел маркетинга на АО «Первая сбытовая компания» должен выполнять следующие функции:

- анализ и прогнозирование потребления электроэнергии по региону в целом и по категориям потребителей;
- исследование субъектов рынка электроэнергии (потребителей, поставщиков, посредников, конкурентов);
- формирование стратегии ценообразования;
- оптимизировать закупку электрической энергии (мощности) на РСВ;
- разработку и повышение продаж новых видов энергетических услуг.

Проведем SWOT - анализ предприятия, который даст четкое представление о ситуации и в каких направлениях нужно действовать, используя сильные стороны, чтобы максимизировать возможности и свести к минимуму угрозы и слабости. SWOT-анализ сильных и слабых сторон АО «Первая сбытовая компания» с учетом реализации мероприятий представлен в приложении 9. SWOT-анализ показывает, что сильные стороны АО «Первая сбытовая компания» полностью компенсируют его слабые стороны, что говорит, о достаточно устойчивом положении предприятия на рынке. Таким образом, можно сделать вывод о том, что создание отдела маркетинга на предприятии АО «Первая сбытовая компания» будет способствовать упрочнению его положения на рынке электроэнергии.

Анализируемое предприятие обладает достаточными возможностями для успешной деятельности на рынке. SWOT-анализ деятельности предприятия позволил выделить сильные и слабые стороны анализируемого предприятия и учесть основные факторы и возможные угрозы, способные повлиять на реализацию проекта.

Для того, чтобы грамотно оптимизировать закупку электроэнергии (мощности) на оптовом рынке электроэнергии, необходимо ввести круглосуточную работу маркетингового отдела, который будет отслеживать колебания цен, подавать ценовые заявки покупателей на рынок на сутки вперед и своевременно выполнять команды Системного оператора оптового рынка электроэнергии (мощности).

На оптовом рынке электроэнергии и мощности работают несколько секторов рынка:

Рынок на сутки вперед (РСВ) представляет собой проводимый коммерческим оператором (ОАО «АТС») конкурентный отбор ценовых заявок поставщиков и покупателей за сутки до реальной поставки электроэнергии с определением цен и объемов поставки на каждый час суток. На РСВ осуществляется маржинальное ценообразование, т.е. цена определяется путем балансирования спроса и предложения и распространяется на всех участников рынка.

Балансирующий рынок (БР) предназначен для покрытия отклонений фактического производства и потребления электроэнергии от планов.

Сектор регулируемых договоров (РД) – торговля зафиксированными в договоре объемами электроэнергии, продавцами всегда являются генерирующие компании (поставщики электрической энергии и мощности), покупателями – энергосбытовые компании, гарантирующие поставщики, крупные потребители.

Рынок мощности (РМ) - мощность самостоятельный предмет торговли. Поставщик продает ежемесячно величину мощности равную, максимальной располагаемой мощности его генерирующего оборудования.

Круглосуточная работа маркетингового отдела будет способствовать снижению себестоимости услуг. Так как у предприятия появится возможность осуществлять закупку электроэнергии (мощности) на РСВ как днем, так и ночью. На оптовом рынке электроэнергии (мощности) продажа электроэнергии в ночное время значительно дешевле. Заявки на покупку электроэнергии на рынке на сутки вперед подаются в соответствии с установленными сроками в адрес ОАО «АТС» обязательно с плановым почасовым потреблением электроэнергии. Поэтому подавая заявки в ночное время на РСВ АО «Первая сбытовая компания» сократит свои расходы, покупая потребляемый объем электроэнергии по более низкой цене, чем дневное время.

Первыми шагами к созданию отдела маркетинга в компании АО «Первая сбытовая компания» являются:

- поиск и найм квалифицированного персонала;
- закупка оборудования, оргтехники.

Ввиду отсутствия в АО «Первая сбытовая компания» необходимого количества специалистов в области маркетинговой деятельности, целесообразным будет нанять на работу четыре специалиста, три из которых – маркетингологи-аналитики с посменным графиком работы, ещё один специалист менеджер по маркетингу.

Организационная структура предприятия АО «Первая сбытовая компания» после создания отдела маркетинга представлена в приложении 10, из которого видно, что отдел маркетинга находится в подчинении у директора по развитию.

Состав и фонд оплаты сотрудников отдела маркетинга представлен в таблице 2.11.

Таблица 2.11

Состав и фонд оплаты труда сотрудников отдела маркетинга на предприятии
АО «Первая сбытовая компания»

Наименование должности	Количество, чел.	Оклад, руб.	Премия (50%), руб.	Месячный ФОТ одного работника, руб.	Годовой ФОТ, руб.
Менеджер по маркетингу	1	21 000	10 500	31 500	378 000
Маркетолог-аналитик	3	20 000	10 000	30 000	1 080 000
Итого:	4	-	-	-	1 458 000

Для обеспечения нормальной работы сотрудников отдела маркетинга необходимо создать для них полноценные рабочие места. Стоимость обустройства рабочих мест сотрудников отдела маркетинга на предприятии представлена в таблице 2.12.

Таблица 2.12

Стоимость обустройства рабочих мест сотрудников отдела маркетинга на предприятии АО «Первая сбытовая компания»

Наименование	Цена, руб.	Количество, шт.	Итого стоимость, руб.
Компьютер (комплект)	72 000	2	144 000
Принтер 3 в 1	12 499	1	12 499
Стол	4200	2	8 400
Стул	2400	2	4 800
Шкаф	4 100	1	4 100
Телефон	1 499	1	1 499
Стеллаж	3 700	1	3 700
Канцелярские товары	5 400	1	5 400
Программное обеспечение	34 000	2	68 000
Всего:	-	-	252 398

Вложение полной суммы инвестиций в проект осуществляется один раз в 2016 году.

Сумма совокупных капитальных вложений, необходимых для создания отдела маркетинга АО «Первая сбытовая компания», представлена в таблице 2.13.

Таблица 2.13

Сумма вложений для создания отдела маркетинга на предприятии
АО «Первая сбытовая компания»

Наименование затрат	Общая сумма затрат, руб.
Обустройство рабочих мест сотрудников отдела маркетинга	252 398
Затраты на заработную плату специалистов отдела маркетинга	1 458 000
Отчисления на социальные нужды (при ЕСН = 30%)	437 400
Амортизационные отчисления	14 335
Непредвиденные затраты	30 000
Всего:	2 192 133

Таким образом, первоначальные суммарные вложения капитала для создания отдела маркетинга АО «Первая сбытовая компания» составляют 2 192 133 рублей. Инвестиции для создания отдела маркетинга будут осуществляться за счет собственных денежных средств предприятия АО «Первая сбытовая компания».

Для реализации проекта следует четко определить сроки всех работ, чтобы не возникало простоев и накладок. Порядок выполнения работ представлен в таблице 2.14.

Таблица 2.14

Порядок выполнения работ по созданию отдела маркетинга
на предприятии АО «Первая сбытовая компания»

Наименование работ	Дата завершения работ
Поиск и найм работников	10.07.2016
Закупка необходимого оборудования	26.07.2016
Начало деятельности отдела маркетинга	08.08.2016

Таким образом, для создания отдела маркетинга предприятие АО «Первая сбытовая компания» понесет не значительные затраты и начнет свою работу в начале августа 2016 года.

Главной целью создания отдела маркетинга является оптимизация закупки электроэнергии (мощности) за счет качественного планирования потребления на РСВ.

Планирование объема потребления электроэнергии (мощности) сложный процесс, потому что фактическое потребление электроэнергии всегда отличается от планового потребления электроэнергии. В связи с этим у потребителя, который подал заявку на приобретение электроэнергии на рынке на сутки вперед будет либо недостаток электроэнергии (в случае если факт больше плана), либо избыток приобретённой на рынке на сутки вперед электроэнергии (план больше факта). В связи с этим торговля этими отклонениями производится в режиме реального времени на балансирующем рынке. Стоит отметить, что цена покупки электроэнергии на балансирующем рынке значительно выше чем цена покупки на рынке на сутки вперед, а цена продажи – значительно ниже. Т.е. планировать свое почасовое потребление необходимо таким образом, чтобы добиться минимального отклонения факта от плана, т.к. значительное отклонение приведет к значительному увеличению затрат на электроэнергию. При этом за каждые 3 часа до часа фактической поставки системный оператор (ОАО «СО ЕЭС») проводит дополнительные конкурентные отборы заявок поставщиков с учетом прогнозного потребления в энергосистеме, экономической эффективности загрузки станций и требований системной надежности.

По правилам работы балансирующего рынка (БР) оплата отклонений по внешней инициативе (Системный оператор рынка) не должна быть менее выгодной для участника по сравнению с указанной им в ценовой заявке, а также по сравнению с оплатой планового объема потребления. Оплата отклонения по собственной инициативе не должна быть выгоднее для участника по сравнению с оплатой отклонения по внешней инициативе.

Приведем пример покупки недостающего объема потребления электроэнергии (мощности) на рынке на сутки вперед.

Исходя из рис. 2.6., где наглядно представлено увеличение потребления электроэнергии (мощности), т.е. плановое значение потребления меньше фактического. Дополнительные объемы потребления (отклонения)

электрической энергии закупается на балансирующем рынке по более высокой цене, чем на рынке на сутки вперед по ценовой заявке.

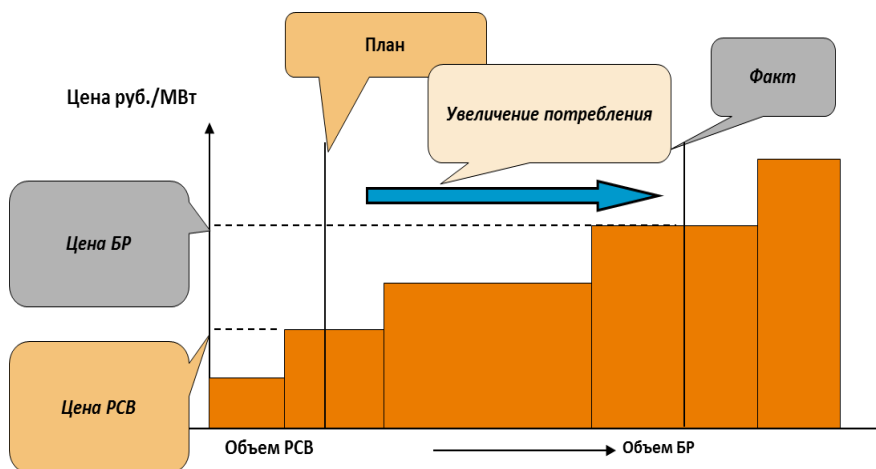


Рис. 2.6. Увеличение объема потребления электроэнергии (мощности)

Наглядно представим снижение объема потребления электроэнергии (мощности) на рисунке 2.7.

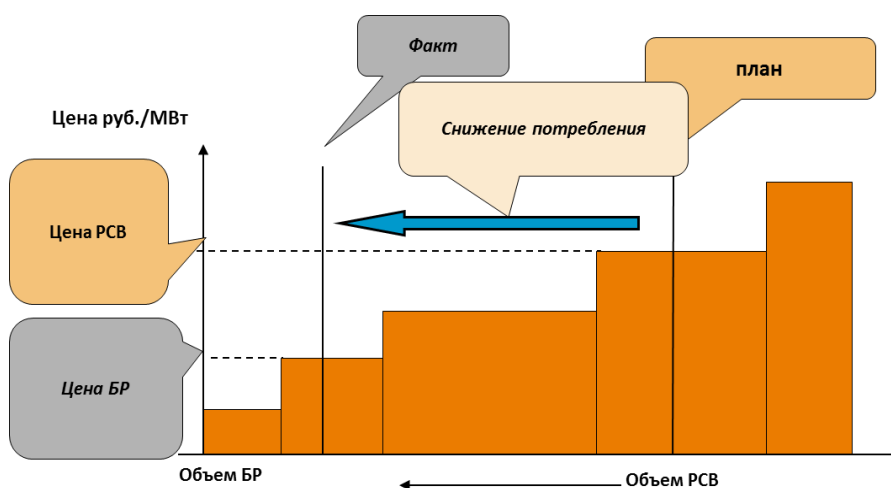


Рис. 2.7. Снижение объема потребления электроэнергии (мощности)

На рисунке 2.7. показан процесс снижения потребления электроэнергии (мощности). Объемы производства, которые были отобраны в конкурентном отборе на рынке на сутки вперед, при снижении потребления оказались не востребованы в режиме, близком к реальному времени. Поставщики с наиболее высокими ценами в заявках оказались разгружены. Объемы, на которые поставщики были разгружены, а также объемы снижения потребления составляют отклонения, которые оплачиваются участниками на

балансирующем рынке. В данном случае, когда плановый объем больше фактического потребления появляются отклонения («излишки») купленной электроэнергии (мощности), которые продаются на балансирующем рынке по цене ниже закупочной на рынке на сутки вперед.

Для определения стоимости отклонений для различных видов инициатив используются расчетные формулы (срезки), рассчитываемые на каждый час суток. Срезки определяются как максимальные (минимальные) значения индикатора балансирующего рынка и цены рынка на сутки вперед, тем самым стимулируя к более точному исполнению планового потребления и производства электроэнергии. На основе стоимости отклонений определяются предварительные требования и предварительные обязательства балансирующего рынка, разница между которыми формирует небаланс балансирующего рынка. Отрицательный небаланс распределяется между участниками пропорционально их собственным инициативам. Положительный небаланс распределяется между поставщиками, пропорционально величине исполнения внешних инициатив, и потребителями, максимально точно придерживающимися планового потребления. Таким образом, на балансирующем рынке «штрафуются» участники рынка, допускающие наибольшие отклонения фактических потребления и выработки от плановых по собственной инициативе, и «премируются» участники, придерживающиеся планового потребления и максимально точно выполняющие команды Системного оператора.

Кроме того, поскольку режимы работы потребителей электроэнергии и эффективность использования ее в зависимости от условий и процессов существенно различаются, для оптимизации электропотребления нужна глубокая дифференциация тарифов на электрическую энергию. С изменением условий система тарифов на электроэнергию должна периодически, т.е. по сути, непрерывно совершенствоваться. То обстоятельство, что в электроэнергетике тарифы, т.е. ценовые факторы, играют значительно более

важную роль, чем в других отраслях (ввиду достаточной однородности продукции отрасли), является важной особенностью маркетинга в электроэнергетике.

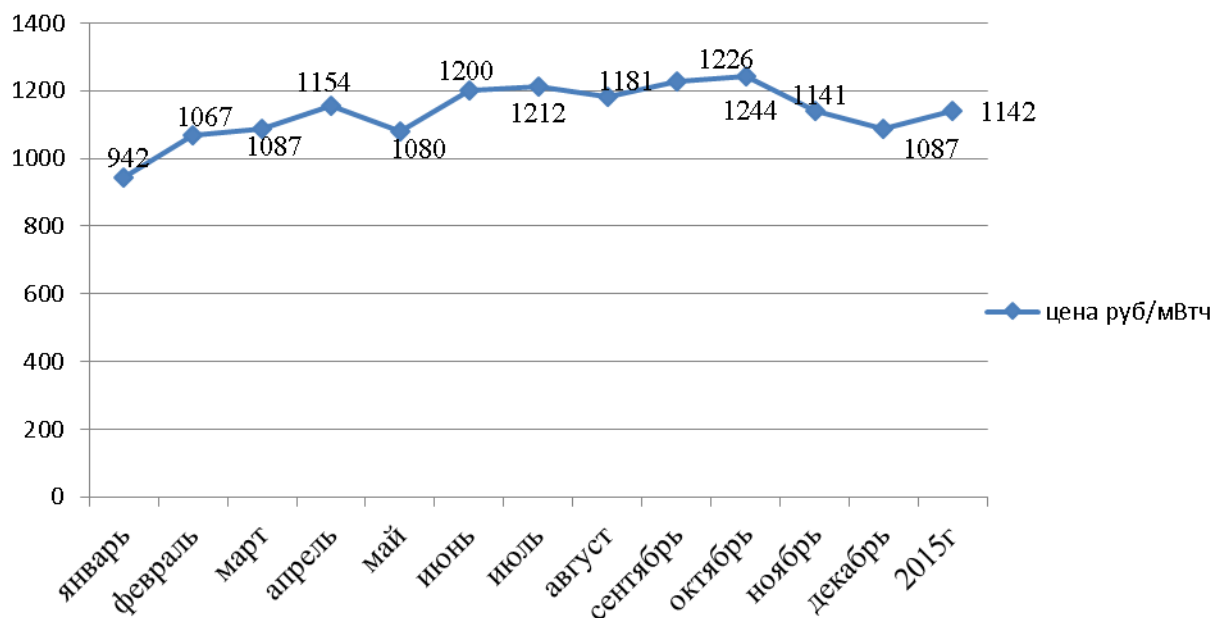


Рис. 2.8. Динамика цен на электроэнергию на рынке на сутки вперед в 2015 г.

Наиболее высокие цены Рынка на сутки вперед наблюдаются в июне, июле, сентябре, октябре основной причиной является выходы в плановые ремонты сетевого и генерирующего оборудования первой ценовой зоны.

Основная деятельность АО «Первая сбытовая компания» сосредоточена на оптовой покупке электроэнергии (мощности) на оптовом рынке электроэнергии (мощности). Поэтому цена закупки электроэнергии (мощности) на РСВ существенно влияет на себестоимость услуг предприятия. Снизить себестоимость покупки электроэнергии (мощности) путем качественного планирования потребления за счет минимизации отклонений от плана и за счет круглосуточной работы маркетингового отдела. Необходимо максимально придерживаться объема планового потребления и своевременно выполнять команды Системного оператора оптового рынка.

Рассчитаем себестоимость электроэнергии по торговым часам на рынке на сутки вперед и определим наиболее выгодные часы для покупки

необходимого объема потребления по более низким ценам за 1 кВтч. Полученные данные сформируем в таблицу 2.15.

Таблица 2.15

Закупка электрической энергии на рынке на сутки вперед по торговым часам

Торговый час	Цена, руб./ (за 1 кВт ч)	Объем закупки, кВтч	Себестоимость, руб.
00-01	3,5	23 811	83338,5
01-02	2,4	23 771	57050,4
02-03	0,11	23 761	2613,71
03-04	0,13	23 763	3089,19
04-05	1,7	25 833	43916,1
05-06	1,7	25 828	43907,6
06-07	2,5	23 787	59467,5
07-08	4,5	21 987	98941,5
08-09	5,0	22 008	110040
09-10	5,2	22 330	116116
10-11	5,1	24 399	124434,9
11-12	4,8	25 964	124627,2
12-13	5,1	23 895	121864,5
13-14	5,3	23 887	126601,1
14-15	5,4	23 871	128903,4
15-16	5,3	23 872	126521,6
16-17	4,9	25 951	127159,9
17-18	4,7	25 919	121819,3
18-19	4,8	23 870	114576
19-20	4,9	23 569	115488,1
20-21	5,8	19 655	113999
21-22	6,7	19 918	133450,6
22-23	6,9	22 023	151958,7
23-00	4,5	22 012	99054
Итого за сутки	-	565 684	2348939

Таким образом, можно сделать вывод, что в ночное время цена на электроэнергию ниже, в торговые часы с 23-00 до 06-07, закупая в этот период времени необходимый объем электроэнергии предприятие значительно снизит расходы.

Проведем расчет себестоимости закупки электроэнергии на рынке на сутки вперед и проследим изменение величины себестоимости, в зависимости от времени суток в таблице 2.16.

Таблица 2.16

Себестоимость закупки электроэнергии за сутки на рынке на сутки вперед

Показатель	В дневное время	В ночное время	Итого за сутки
Себестоимость закупки электроэнергии за 1 кВтч, руб.	4,5	1,7	-
Объем продаж, кВтч	1 119 092	1 135 684	2 254 766
Себестоимость закупки электроэнергии, руб.	5 035 914	1 930 662,8	2 891 080

Из таблицы 2.16, видно что средняя цена на покупку электроэнергии в ночное время ниже, чем в дневное на 2,8 рублей за 1 кВтч. Себестоимость закупки электроэнергии днем значительно выше, чем в ночное время, т.к. цена за 1 кВтч днем больше. Покупая больший объем электроэнергии в ночное время предприятие значительно снизит затраты. Внедрение отдела маркетинга даст возможность закупать необходимый объем электроэнергии в ночное время по более низким ценам.

Рассмотрим изменение технико-экономических показателей за счет реализации проекта создания отдела маркетинга на АО «Первая сбытовая компания» в таблице 2.17.

Таблица 2.17

Изменение технико-экономических показателей после реализации проекта создания отдела маркетинга

Наименование показателя	Значение показателя			Изменение, (+/-)	
	До реализации проекта	После реализации проекта			
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2016 / 2015	2017 / 2015
Объем продаж, млн. кВтч	823	852	867	29	44
Средняя стоимость 1 кВтч, руб.	2,87	2,97	3,0	0,1	0,13
Выручка, тыс. руб.	2 369 799	2 447 538	2 600 000	+77 739	+230 201
Себестоимость, тыс. руб.	2 341 412	2 245 169	2 223 862	- 46 243	- 117 550
Валовая прибыль, тыс. руб.	28 387	252 369	376 138	+223 982	+347 751
Коммерческие расходы	23 158	25 350	26 494	+2 192	+3 336

Продолжение таблицы 2.17

Прибыль от продаж, тыс. руб.	5 229	227 019	349 644	+221 790	+344 415
Чистая прибыль, тыс. руб.	10 678	181 615	291 319	+170 937	+280 641
Общая рентабельность	0,5	8,1	13,1	+7,6	+12,6
Рентабельность продаж, %	0,4	9,3	14,5	+8,8	+14,1
Рентабельность производства, %	1,20	11,2	16,9	+10	+15,7
Численность персонала, чел.	13	17	17	+4	+4

Рассмотрев таблицу 2.17., можно сделать вывод, что проект эффективен, т. к. после его реализации наблюдается увеличение выручки в 2017 году на 230 201 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом. Это приведет к повышению чистой прибыли на 280 641 тыс. руб. в сравнении с базисным годом. Себестоимость услуг значительно снижается на 117 550 тыс. руб., что приводит к положительной динамике. Рентабельность производства после внедрения проекта составит 16,9 %, рентабельность продаж предприятия - 14,5 %, общая рентабельность – 13,1 %. Численность работников соответственно увеличится на 4 человек.

Анализ эффективности реальных инвестиций в основном заключается в оценке финансовых результатов инвестиций, т.е. их доходности. В условиях рыночной экономики при проведении долгосрочных финансовых операций важную роль играет фактор времени [23; с.57].

Показатель чистой современной стоимости – NPV - считается наиболее важным и объективным измерителем эффективности инвестиций. В целом данный показатель должным образом отражает соотношение между притоками и оттоками денежных средств в течение экономической жизни проекта, о возмещении произведенных инвестиций, и о получении определенного дохода от вложенных средств.

Суть метода расчета чистой современной стоимости - найти разницу между инвестиционными затратами и будущими доходами, которая выражена в денежной величине, скорректированной во времени [35; с. 153].

Для расчета чистой современной стоимости - NPV необходимо определить ставку дисконтирования, которая составит 24,15 %.

Индекс рентабельности (PI) является относительным показателем: он характеризует уровень доходов на единицу затрат, т.е. эффективность вложений. Чем выше значение этого показателя, тем выше отдача каждого рубля, инвестированного в данный проект [23; с. 204].

Таблица 2.18

Показатели оценки экономической эффективности реализации инвестиционного проекта по созданию отдела маркетинга на предприятии

Показатель	Значение
Срок окупаемости	1 месяц
Чистая современная стоимость будущих денежных потоков за 2 года, руб.	333 100 517,52
Индекс рентабельности, %	152,9

Из таблицы 2.18. видно, что при реализации проекта по созданию отдела маркетинга на АО «Первая сбытовая компания» может быть получена положительная чистая современная стоимость будущих денежных потоков размере 333 100 517, 52 рублей. Срок окупаемости данного проекта составляет 1 месяц и индекс рентабельности – 152 %. Значит, предприятие может вкладывать средства в данный инвестиционный проект. Таким образом, проект создания отдела маркетинга на предприятии АО «Первая сбытовая компания» является прибыльным и экономически эффективным, т.к. показатели оценки экономической эффективности реализации инвестиционного проекта соответствуют всем необходимым требованиям и очень высоки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Энергетическая отрасль отличается от большинства производственных отраслей рядом специфических особенностей, характеризующих ее как одну из важнейших в структуре не только государственной, но и мировой экономической системы и социальной сферы.

Для энергетической отрасли характерны следующие отличительные особенности:

- глубокое проникновение во все отрасли экономического хозяйства;
- значительное влияние на социальную и экологическую среду общества;
- совмещение во времени процессов производства, распределения и потребления энергии при ограниченных возможностях ее аккумуляции;
- неравномерность производства и потребления электрической энергии в течение часа, суток, недели, месяца, года;
- необходимость обеспечения надежного и бесперебойного энергоснабжения потребителей;
- территориальное несовпадение между основными центрами производства и районами потребления энергии, а также источниками энергетических ресурсов.

Эти особенности отрасли требуют технического и частично экономического единства всего энергетического хозяйства как комплекса взаимосвязанных систем от добычи и производства энергетических ресурсов до конечного потребления энергии.

Исследования, проведенные в данном дипломном проекте, показали, что модернизация экономики страны не возможна без рационального использования энергоресурсов, повышения энергоэффективности существующего оборудования, технологических процессов и производств, а также модернизации и замены на новое, высокоэффективное оборудование, с низкими удельными показателями потребления всех видов энергии. Снижение

доли затрат энергоресурсов в структуре себестоимости ведет к повышению конкурентоспособности продукции, товаров и услуг и в конечном итоге к росту экономики в целом и росту валового внутреннего продукта страны.

Существующие энергетические ресурсы ограничены, поэтому возросла потребность в проведении строгого и тщательного анализа обоснованности расходов, а также в изыскании путей, обеспечивающих наиболее эффективное использование энергоресурсов. Только энергетики могут определить, насколько точны нормы расходования электроэнергии при производстве продукции, сформировать обоснованный план потребления электроэнергии производственными подразделениями, определить, чем обусловлены отклонения запланированного потребления электроэнергии от фактического, и ответить на многие другие вопросы, которые возникают в процессе управления затратами.

Себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, основных фондов, нематериальных активов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

При исследовании теоретических основ процесса снижения себестоимости было установлено его экономическое значение для предприятия. Снижение себестоимости продукции является одной из основных задач для планирования и организации производства на предприятии, поэтому планированию снижения себестоимости продукции на предприятии уделяют достаточно большое внимание.

В процессе комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия АО «Первая сбытовая компания» за анализируемый период была проведена оценка основных показателей хозяйственной деятельности предприятия, анализ финансовой устойчивости, рентабельности, ликвидности баланса, анализа себестоимости услуг.

В ходе изучения основных экономических показателей и финансового состояния АО «Первая сбытовая компания» было установлено, что в период 2013 - 2015 гг. предприятие было прибыльным, как по основным видам деятельности, так и по прочей реализации. Следует отметить, что АО «Первая сбытовая компания» более эффективно работало за 2014 году, так как в указанном периоде была получена максимальная чистая прибыль 13 314 тыс. руб., следовательно, предприятие было в целом более прибыльным и рентабельным. Затем данные показатели начали снижаться, и в 2015 году была получена чистая прибыль в размере 10 678 тыс. руб.

В процессе анализа финансового состояния АО «Первая сбытовая компания» было установлено следующее. Анализируя источники средств АО «Первая сбытовая компания» снизился собственный капитал, что свидетельствует о некоторой зависимости предприятия от внешних инвесторов. Анализ коэффициентов финансовой устойчивости показал, что предприятие становится менее устойчивым и зависимым от внешних источников. Анализируя показатели ликвидности можно сделать вывод, что у предприятия достаточно средств для обеспечения абсолютной и быстрой ликвидности. Коэффициент текущей ликвидности необходимо повышать за счет увеличения собственного капитала предприятия и сдерживать рост дебиторской задолженности и внеоборотных активов. Для повышения уровня срочной ликвидности организации следует принимать меры, направленные на рост собственных оборотных средств. В отчетном периоде АО «Первая сбытовая компания» может покрыть 43 % своих обязательств денежными средствами. Это свидетельствует о том, что для покрытия краткосрочной кредиторской задолженности на предприятии достаточно ликвидных активов.

В АО «Первая сбытовая компания» показатели рентабельности за 2013 - 2015 год имели тенденцию к снижению. Это объясняется тем, что в 2015 году предприятие получило низкую прибыль от основной деятельности по

сравнению с 2014 годом. Рассчитанная рентабельность хозяйственных средств фирмы показала, что все виды капитала за 2015 год на предприятии используются эффективно, хотя имеют низкие показатели рентабельности.

В целом по анализу ведения деятельности фирмы АО «Первая сбытовая компания», можно сделать вывод, что предприятие работает стабильно, подтверждая это достаточной суммой собственных оборотных средств. Предприятие является финансово устойчивым, но необходимо разработать мероприятия, способствующие увеличению доли собственного капитала предприятия и сокращению заемных средств. Это дает возможность для дальнейшего развития, расширения сегмента рынка и внедрения в новые сферы деятельности. С помощью расширения сфер деятельности можно снизить зависимость организации АО «Первая сбытовая компания» от снижения и колебаний потребительского спроса.

Проанализировав показатели себестоимости услуг, можно сделать вывод, что себестоимость в течении периода 2013-2015 гг. постепенно увеличивается, в структуре себестоимости АО «Первая сбытовая компания» наибольший удельный вес занимает закупка электроэнергии (мощности) на оптовом рынке по нерегулируемым ценам, так как это является основным видом деятельности организации. Предприятие АО «Первая сбытовая компания» нуждается в разработке грамотной политики по снижению себестоимости услуг. С помощью этого предприятие сможет улучшить свое финансовое состояние, повысить конкурентоспособность и привлечь новых потребителей. Предприятие АО «Первая сбытовая компания» имеет все возможности для дальнейшего развития сферы сопутствующих услуг для потребителя.

Данная выпускная квалификационная работа предлагает создание на предприятии АО «Первая сбытовая компания» отдела маркетинга. Целью создания отдела маркетинга является выработка рекомендаций и координация деятельности по формированию и проведению закупки электроэнергии (мощности) за счет качественного планирования потребления на РСВ.

Инвестиции для создания отдела маркетинга будут осуществляться за счет собственных денежных средств предприятия АО «Первая сбытовая компания». Создание отдела маркетинга на предприятии АО «Первая сбытовая компания» будет способствовать упрочнению его положения на рынке электроэнергии. SWOT-анализ деятельности предприятия позволил выделить сильные и слабые стороны и учесть основные факторы и возможные угрозы, способные повлиять на реализацию проекта.

Расчет эффективности проекта создания отдела маркетинга на предприятии АО «Первая сбытовая компания» показал следующие результаты:

- чистый денежный поток составит 333 100 517, 52 рублей;
- рентабельность инвестиций составит 152,9 %;
- срок окупаемости проекта – 1 месяц.

Это говорит о прибыльности и эффективности реализации проекта создания отдела маркетинга на предприятии АО «Первая сбытовая компания».

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации (с изм. от 30.12. 2008 года) [Текст]: офиц. текст. – М.: Эксмо, 2013. – 64 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30.11.1994 г. №51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. №14-ФЗ, часть третья от 26.11.2001 г. №146-ФЗ и часть четвертая от 18.12.2006 г. № 230-ФЗ [Текст]: офиц. текст. / М-во юстиции Рос. Федерации. – Москва : Юрайт, 2013. – 480 с.
3. Об утверждении Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) [Текст]: Постановление Правительства РФ от 5 августа 1992 г. № 552 "Об утверждении Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли" // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
4. О бухгалтерском учете РФ [Электронный ресурс] : федер. закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
5. О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 1 сентября 2014 г. N 99-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Правовые ресурсы».
6. Об акционерных обществах [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Правовые ресурсы».
7. Об определении применяемых при установлении долгосрочных тарифов показателей надежности и качества поставляемых товаров и оказываемых услуг [Текст]: постановление Правительства Российской

Федерации от 31 декабря 2009 № 1220 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2010. – № 5, ст. 524.

8. Об утверждении правил оптового рынка электрической энергии и мощности и о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ по вопросам организации функционирования оптового рынка электрической энергии и мощности [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 27.12.2010 г. №1172 Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».

9. Об электроэнергетике [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.03.2003 г. № 35-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Правовые ресурсы».

10. Абрамов, С. И. Управление инвестициями в основной капитал [Текст]: учеб. пособие / С.И. Абрамов - М.: Изд-во «Экзамен», 2009. - 544 с.

11. Адамов, В.Е. Экономика и статистика фирм [Текст]: учебное пособие / В.Е. Адамов, С.Д. Ильенкова. - М.: Финансы и статистика, 2010. – 184 с.

12. Алексеев, А. И. Финансовый анализ фирмы [Текст]: учебное пособие / А.И. Алексеева. – М.: Мир, 2011. - 192с.

13. Андрианов, В. Интеллектуальная модель управления бизнесом [Текст] / В. Адрианов // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – №3. - С. 90.

14. Астринский, Д. Экономический анализ финансового положения предприятия [Текст] / Д. Астринский // Экономист. – 2012.- №12. - С. 34-47.

15. Балыхина, Г. А. Энергосбережение в системе образования [Текст] : сборник научно-практических и методических материалов / Г. А. Балыхина. – М.: «Амипресс», 2012. – 146 с.

16. Баканов, М. И. Теория экономического анализа [Текст]: Учебник. / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 416 с.

17. Бараскина, Н. М. Финансовое состояние крупных российских предприятий и возможности их финансового оздоровления [Текст] / Н.М. Бараскина // Налоговый вестник – 2013. - № 6. - С. 18-21.
18. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебное пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 215 с.
19. Богатко, А. Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта [Текст] : учебное пособие / А.Н. Богатко. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 208 с.
20. Борисова, Л. М. Экономика энергетики [Текст] : учебное пособие / Л.М. Борисова, Е. А. Гершанович. - М.: ТПУ Томск, 2012. – 206 с.
21. Бычкова, С. М. Аудит себестоимости продукции [Текст] / С.М. Бычкова, Н.В. Лебедева. // Экономика с/х и перерабатывающих предприятий АПК. - 2011. - №4. - с. 12-14.
22. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет [Текст]: учебник для вузов / М.А. Вахрушина. – М.: ЗАО «Омега-Л», 2013. – 528 с.
23. Волков, А. С. Оценка эффективности инвестиционных проектов [Текст] : учеб. пособие / А. С. Волков, А.А. Марченко. – М.: ИНФРА-М, РИОР, 2014. – 111 с.
24. Глухов, А. Н. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения [Текст] / А.Н. Глухов // Маркетинг. – 2011. - №2. – С. 56-64.
25. Григорьев, Ю. А. Проблемы определения платежеспособности предприятия [Текст] / Ю. А. Григорьев // Консультант. - 2012. - № 23. - С. 84.
26. Григорьев, Ю. А. Рентабельность предприятия и проблемы совершенствования отчетности [Текст] / Ю. А. Григорьев // Консультант. - 2013. - № 21. - С. 83-88.
27. Дронов, Р. И. Оценка финансового состояния предприятия [Текст] / Р.И. Дронов // Финансы. - 2012. - №4. – С. 15-19.

28. Ерошова, И. В. Имущество и финансы предприятия. Правовое регулирование [Текст] : Учебно-практическое пособие / И.В. Ерошова. - М.: Юрист, 2013. – 397 с.
29. Зайцев Н. Л. Экономика промышленного предприятия [Текст]: Учеб. – 6-е изд., перераб. и доп. / Н. Л. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 414с.
30. Звягинцев, В. Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль над ее реализацией [Текст] : / В.Б. Звягинцев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – № 1. – С. 72 – 82.
31. Игнатов, А. В Анализ влияния эластичности покупательского спроса на цены, издержки и прибыль предприятия [Текст] / А. В. Игнатов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2013. – №2(34). – С. 18-29.
32. Ильин, А. И. Планирование на предприятии [Текст] : учеб. пособие для студ. / А. И. Ильин, Л. М. Синицина / под общ. ред. А. И. Ильина. - М.: Новое знание, 2014. – 416 с.
33. Кандинская, Л. В. Финансовое планирование [Текст] : учебное пособие / Л.В. Кандинская. - М.: Велби, 2013. – 788 с.
34. Котова, Н. Н. Инвестиционная деятельность фирмы [Текст]: учеб. пособие / Н.Н. Котова. – М.: Перспектива, 2013. - 191 с.
35. Куракова Ю. Г. Управление издержками на предприятии [Текст] / Ю. Г. Куракова // Бухгалтерский учет. - 2015 г. - №12. С. 19.
36. Крылов, Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия [Текст]: учеб. пособие / Э.И. Крылов. – М.: Финансы и статистика, 2013. - 190 с.
37. Лаврентьева, И. С. Активы предприятия [Текст]: учебник / И. С. Лаврентьева. – М.: Проспект, 2012. – 350 с.
38. Лапицкий В. И. Организация и планирование энергетики [Текст]: учебное пособие / В. И. Лапицкий. – М.: Энергия, 2014. – 488 с.

39. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия [Текст]: учеб. пособие для вузов / под ред. Н.П. Любушина, В.Б. Лещева В.Б., В.Г. Дьякова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 471 с.
40. Максимов Б. К. Теоретические и практические основы рынка электроэнергии [Текст]: учеб. пособие / Б.К. Максимов, В.В. Молодюк. - М.: Изд. Дом МЭИ, 2013. - 289 с.
41. Макарьева, В. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации [Текст]: учеб. пособие / В. И. Макарьева, М. В. Андреева. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 304 с.
42. Мильгром, Д. А. Анализ и оценка эффективности ассортиментной политики фирмы [Текст] / Д. А. Мильгром // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. - №2. – С. 44 – 57.
43. Новицкий, Н. И. Организация производства [Текст] : учеб. пособие для студ. / Н. И. Новицкий. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 146 с.
44. Попов В. М. Деловое планирование [Текст] : учеб. пособие / В. М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 202 с.
45. Производственный менеджмент [Текст] : учебник для вузов / под ред. проф. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 620 с.
46. Пястолов, С. М. Экономический анализ деятельности предприятий [Текст] : учеб. пособие для вузов / С. М. Пястолов. – М.: Академический Проект, 2012 г. – 572 с.
47. Рафикова Н. А. Об анализе себестоимости продукции [Текст] / Н. А. Рафикова // Экономист. – 2015. - №5. – С. 92-94.
48. Рябова Р. И. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции, с комментариями и бухгалтерскими проводками [Текст]: учеб. пособие для вузов / Р. И. Рябова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 122 с.
49. Сергеев, И. В. Организация и финансирование инвестиций [Текст] : учеб. пособие / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 272 с.

50. Сергеев, И. В. Экономика предприятия [Текст] : учеб. пособие / И. В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 304 с.
51. Снигирева, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / В. В. Снигирева. – М.: Мир, 2013. - 231с.
52. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / Г. В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 425 с.
53. Тимофеева, Ю. Н. Энергосбережение для начинающих [Текст] : учеб. пособие / Ю. Н. Тимофеева. – Екатеринбург: Феникс, 2012. – 189 с.
54. Тушин, В. М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учеб. пособ. / В. М. Тушин, М. С. Сапрыкин. – Ростов / Д: Феникс, 2014 г. – 352 с.
55. Фридман, П. Контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции [Текст]: учеб. пособие / П. Фридман. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 2014. - 286 с.
56. Чуев, И. Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник для высших учебных заведений / И.Н. Чуев. - М.: ИНФРА, 2013. – 153 с.
57. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа [Текст]: учебное пособие / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – М.: ИНФРА – М, 2014. – 208 с.
58. Шевченко, Н. С. Управление затратами, оборотными средствами и производственными запасами [Текст]: учебное пособие / Н. С. Шевченко. – Курск: ГТУ, 2012. – 325 с.
59. Широбоков, В. Г. Формирование себестоимости и доходов в системе управленческого учета [Текст] / В. Г. Широбоков. // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 2014. - №7 - С. 25-27.
60. Официальный сайт АО «Первая сбытовая компания» [Электронный ресурс] – Белгород: Бел.ру, 2015. – Режим доступа: <http://www.pskenergo.ru>

61. Официальный сайт Центрального банка РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

62. Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.eup.ru>

ПРИЛОЖЕНИЯ